

Neue Kommunikationswege für Betriebs- und Personalräte

Blogs für die Arbeit der Interessenvertretung – Teil 1

Rainer Meyer / Ulrich R. Buchholz

HIER LESEN SIE:

- wie Blogs für die Arbeit der Interessenvertretung genutzt werden können
- worauf Betriebs- und Personalräte beim Einsatz von Blogs achten müssen



Eine wichtige Aufgabenstellung für Belegschaftsvertretungen lautet, die Kollegen mit aktuellen Informationen, Einblicken in die Arbeit des Gremiums und mit Materialien zu versorgen. Oder über laufendes Geschehen zu informieren. Aber auch die andere Richtung ist interessant: Wie können Betriebs- und Personalräte Rückmeldungen von Mitarbeitern bekommen? Wie können diese an Diskussionsprozessen beteiligt werden? Schwarzes Brett, Flugblätter, regelmäßige Zeitungen, Versammlungen, Sprechstunden sind bekannte Mittel. Das Web 2.0, das Internet zum Mitmachen, bietet zusätzliche Möglichkeiten, die sinnvoll für eine erfolgreiche Arbeit der Interessenvertretung eingesetzt werden können – wie z. B. Blogs. Speziell diese Anwendung und die Einsatzmöglichkeiten für Betriebs- und Personalräte werden hier beschrieben.

Die Nutzung des Internet in der Arbeitswelt nahm ab Mitte der 1990er Jahre rasant zu. Die Anwendungen der Unternehmen wurden immer mehr eingesetzt für Web-Präsenz, Imagepflege, Kundengewinnung und schnelle Informationsweitergabe. Aber auch für den direkten Verkauf von Produkten, den Einkauf und die Verlagerung von Tätigkeiten zum Kunden, wie z.B. beim Online-Banking. Auch innerbetriebliche Netzwerke oder Intranets funktionieren nach den technischen Prinzipien des Internet. Generell waren (und sind) die Internet-Angebote der Unternehmen dieser Stufe durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

SEMINAR ZUM THEMA

Die Autoren bieten vom 6. bis 9. Juli 2010 in Bonn ein Seminar „**Wie können Blogs für die Arbeit der Interessenvertretung genutzt werden?**“ an. Weitere Informationen und das Anmeldeformular gibt es unter:
 ► www.technik-und-leben.de

Botschaften werden verkündet, Partizipation, Rückkanal und Veränderung nach Kommunikation finden kaum statt. Die Rollen von Produzent und Konsument, von Schreiben und Lesen verändern sich nicht.

Seit ein paar Jahren nun 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 Sorgen bereitet, und einem breiten Angebot von Anwendungen ermöglicht den Boom des Begriffs, aber auch der Nutzung und Verbreitung des Web 2.0.¹

WEB 2.0 ANWENDUNGEN

■ **Weblog oder Blog:** Eine Wortkombination aus „World Wide Web“ und „Log“ für Tagebuch. Ein Tagebuch oder Journal, das auf einer Website chronologisch geführt wird. Häufig werden Kommentare der Leser gewünscht.

■ **Wiki:** Internetseiten, die von den Benutzern frei erstellt und überarbeitet werden können. Bekannte Beispiele sind die Online-Enzyklopädie Wikipedia und die humoristische Variante Kamelopedia.

■ **Tagging:** Das Setzen von Schlagwörtern oder Schlüsselbegriffen, um einen Beitrag zu charakterisieren. Übergreifend über alle Beiträge oder auch für einen längeren Artikel können Tag-Wolken erzeugt werden.

■ **RSS:** Mit dem RSS-Dienst können sich Interessierte über Neuigkeiten oder Änderungen auf anderen Seiten im Netz informieren lassen. RSS versorgt den Adressaten mit kurzen Informationsblöcken, dem RSS-Feed (englisch: to feed - im Sinne von füttern, einspeisen). Die Blöcke bestehen aus einer Schlagzeile, einem kurzen Textanriss und einem Link zur Originalseite.

■ **Podcast:** Ein Podcast ist eine Mediendatei in Form einer Audiodatei oder eines Videos, die automatisch aus dem Internet heruntergeladen werden kann, um sie zeit- und ortsunabhängig auch ohne Internetverbindung abzuspielen oder zu archivieren. Inzwischen werden viele Radio- und Fernsehsendungen als Podcast angeboten. Unabhängig von den herkömmlichen Sendungen veröffentlichen auch immer mehr Anbieter eigene Podcasts. Podcasts können auch Teil einer abonnierbaren Serie sein.

■ **Soziale Software (Social Software):** Software, die menschliche Kommunikation und Zusammenarbeit unterstützt. Sie dient dazu, über das Internet bzw. das firmeninterne Intranet Gemeinschaften aufzubauen und zu pflegen. Zu den wesentlichen Funktionen gehören:

- *Informationsmanagement:* Finden, Bewerten und Verwalten von online verfügbaren Informationen
- *Identitätsmanagement:* Darstellung der eigenen Person im Netzwerk
- *Beziehungsmanagement:* Knüpfen, Pflegen und Abbilden von Kontakten

■ **Web Service:** eine Software-Anwendung, deren Funktionalität über das Web abgerufen werden kann und die eine veröffentlichte Schnittstelle anbietet. Damit wird die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Anwendungsprogrammen, die unter Umständen auf unterschiedlichen Plattformen betrieben werden, unterstützt.

Merkmale des Web 2.0 in Abgrenzung zur früheren Nutzungsart des Internet² sind:

- leichtes Erstellen von Internetbeiträgen,
- Suchen, Beobachten und Herausfiltern von interessanten Internet-Informationen,
- Setzen auf Zusammenarbeit³ und Vertrauen auf die Kraft der Vielen – Prinzip: „Jeder Leser ist ein Schreiber, jeder Schreiber ist ein Leser“,
- Integration von verschiedenen Medien,
- Verlinken und Vernetzen.

Was ist ein Blog?

Zu den Anwendungen, die dem Web 2.0 häufig zugeordnet werden, gehört der Web-

log oder Blog: eine Wortkombination aus „World Wide Web“ und „Log“ für Tagebuch. Lange war die Frage umstritten, heißt es nun „der“ Blog oder „das“ Blog? Der Duden hat sie inzwischen salomonisch entschieden. Beide Bezeichnungen sind korrekt.

Blogs sind häufig als private Internetseiten zu finden. In chronologischer Reihenfolge werden kurze Beiträge angeboten. Der aktuellste Eintrag wird zuerst dargestellt. Themen solcher privater Blogs sind Hobbies (Blumen, Tiere, Reisen), persönliche Erlebnisse und Gedanken, Kommentare zum Welt- und Netzgeschehen, Nachrichten, die in den offiziellen Medien nicht gebracht oder verschwiegen werden. Inzwischen

dienen sie zu den Angeboten von Online-Medien und Internetseiten als zusätzliche Informationsquelle. Bei politischen Diskussionen und Verbraucherschutzaktionen sind sie ein Machtfaktor. 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, Links und zusätzliche Informationen ergänzen die chronologisch geführten Beiträge. Zu den Zusatzfunktionen gehören:

- Besucher des Blogs können die Beiträge kommentieren.
- Jeder Beitrag hat einen eigenen permanenten Link („Permalink“). Andere Beiträge oder Seiten können somit auf diesen Beitrag verweisen.
- Den Beiträgen können Kategorien und/oder Schlüsselbegriffe⁴ zugeordnet werden. Dadurch können alle Beiträge einer Kategorie oder zu einem Schlüsselwort zusammengestellt werden.

Hinzu kommen als weitere Standardfunktionen:

- Suchfunktion (zum Durchsuchen sämtlicher Beiträge),
- Archivfunktion (für Ablage und Zugriff auf ältere Beiträge),
- Bewertung von Inhalten durch Leser,
- Nutzungsstatistiken (z.B. Informationen über meistgelesene oder bestbewertete Beiträge),
- Erstellen von Seiten, die nicht als Blog dienen, sondern mit denen weitere Inhalte dargestellt werden können.

Unternehmen und Blogs

Blogs sind für Unternehmen aus unterschiedlichen Gründen interessant:

- In fremden Blogs können Unternehmen die ungefilterte Meinung von tatsächlichen, potenziellen oder vergraulten Kunden erfahren.
- Für sämtliche Online-Unternehmen gehören Blogs und Web 2.0-Anwendungen zum Geschäftsmodell.

deren Rollen sich von reinen Konsumenten zu Beteiligten oder zu Produzenten verändern.

Lange Zeit bemühten sich Firmen ausschließlich darum, den eigenen Internet-Auftritt möglichst anspruchsvoll und werbewirksam zu gestalten. Die Besucher sollten beeindruckt werden. Doch deren Erwartungen gingen in eine andere Richtung. Deshalb sind Websites wie Amazon oder eBay deutlich erfolgreicher, obwohl sie kaum mit grafischen „Wow“-Effekten punkten können. Das Internet-Kaufhaus Amazon überzeugt eher mit Bewertungs- und Kommentarmöglichkeiten und benutzerorientierten Angeboten. Die Besucher werden nicht durch grafische Effekte, sondern durch eine Vielzahl von Mitmach- und Nutzungsmöglichkeiten gewonnen.

Durch ein ausgeklügeltes System, bei dem Bewertungen die von den Besuchern am meisten geschätzten Rezensionen nach vorne schieben, sorgt Amazon nicht nur für eine Verbesserung der Nutzungsmöglichkeiten seines Angebots, sondern beeinflusst auch nachhaltig die Medienbranche.

Noch weitergehende Mitmach-Möglichkeiten bietet die Online-Enzyklopädie Wikipedia. Hier werden Besucher gleich zum Ändern und Erweitern der Online-Enzyklopädie aufgefordert. Über die Nutzung der „Weisheit der Vielen“ hat sich Wikipedia zum Marktführer der Online-Enzyklopädien entwickelt (und bietet ihr Angebot zudem auch komplett kostenlos an).

Beispiele für betriebliche Blogs

Zwei Beispiele für betriebliche Blogs sollen vorgestellt werden. Das erste Beispiel gibt es nur im unternehmensinternen Netz (Intranet), das zweite Beispiel kann jeder im Internet finden, lesen und kommentieren.

Bloggen bei der Pentos AG

In einem Beitrag über das Bloggen bei der Pentos AG, einem mittelständischen Unternehmen mit Beratungs-Dienstleistungen und Software-Vertrieb, beschreibt Nikolaus Krasser die „Motivation“ der verschiedenen beteiligten Gruppen⁷ etwa so:

Die Mitarbeiter schreiben in ihren Blogs kurz über ihre aktuellen Tätigkeiten. Dabei soll auch der Bezug zum Projekt- und Unternehmenserfolg hergestellt werden. Neben harten Fakten können die Beschäftigten auch über private Erlebnisse und Nicht-Betriebliches schreiben. Das Schreiben der Blog-Beiträge gehört hier zu den Zielvereinbarungen. Das technische Marketing sucht in den Beiträgen nach interessanten Ideen und weiteren Vermarktungsmöglichkeiten.

Die Personalentwicklung versucht Anzeichen für „Über- oder Unterforderung“ zwischen den Zeilen herauszulesen. Das Projektmanagement bekommt Hinweise über Schwierigkeiten, vorhandene Lösungen, Synergiemöglichkeiten. Der Bildungsbeauftragte hat durch die Blogs eine Informationsquelle für den Bedarf an Qua-

lifizierung. Die Geschäftsführung sieht im Bloggen einen Weg zur Selbstorganisation und zur Überwindung von Hierarchiegrenzen und einen Spiegel für die Situation der Mitarbeiter. Darüber hinaus sind die Blog-Beiträge der Geschäftsführung Maßstab für die Unternehmenskultur.

Das Beispiel zeigt einerseits, dass unternehmensinterne Blogs ein Weg sind, um Wissensaustausch zu organisieren und die interne Kommunikation zu verbessern. Es zeigt andererseits aber auch das Dilemma, in dem sich die Beschäftigten befinden, wenn sie ehrlich über ihre Einschätzungen, ihre Aufgabenbewältigung, ihre Erfolge und Probleme bei der Arbeit berichten wollen. In vielen Fällen werden sie unsicher sein, welche Nachteile eine ehrliche Berichterstattung hat und wie die Informationen im Management ankommen.

Der Daimler-Blog

Der Daimler-Blog (<http://blog.daimler.de>) ist seit Oktober 2007 online. Hier können Mitarbeiter über vielfältige Inhalte schreiben, die sonst „den Weg in die klassischen Medien nicht finden“⁸: über technisches Hintergrundwissen, Berichte aus dem täglichen Arbeitsleben bis hin zur Vorstellung von sozialen Projekten. Ziel des Blogs sind „Einblicke in das Leben im Konzern“ und der Dialog mit den Lesern. Aus diesem Grund gehört der Daimler-Blog auch zu den Blogs, die nicht nur intern, sondern von jeder und jedem gelesen werden können. Auf diesem

BEISPIELE FÜR BLOGS

- **BILDblog:** berichtet über die kleinen Merkwürdigkeiten und das große Schlimme der Bild-Zeitung (www.bildblog.de)
- **netzpolitik.org:** Blog von Markus Beckedahl „für Freiheit und Offenheit im digitalen Zeitalter“ (www.netzpolitik.org)
- **Spreeblick:** Blog von Johnny und Tanja Haeusler, der sich als „Unterhaltungs-, Kultur- und Meinungskanal“ und „Gegenpol zur bestehenden Medienlandschaft“ versteht (www.spreeblick.com)
- **Generación Y:** Blog von Yoani Sanchez, der bekanntesten Bloggerin Lateinamerikas (http://desdecuba.com/generaciony_de/)
- **eBetriebsrat:** Blog und mehr für eBetriebsräte und bloggende Gewerkschafter, mit Schwerpunkt Österreich (<http://ebetriebsrat.wordpress.com>)

Weg können auch Betriebsratsmitglieder von Daimler Beiträge und Kommentare schreiben.⁹

Über den Kreis der Beschäftigten hinaus sind auch Gastbeiträge im Daimler-Blog zugelassen. Beispiele dafür sind ein Beitrag über Forschungsergebnisse zu den Perspektiven von Web 2.0 sowie der zweiteilige Bericht von Alex Kahl, einem Blogger für Autos, Fliegerei und „social media“. Anlass war der „1. Mercedes-Benz Markenworkshop für Blogger“. Gut 30 Blogger und Twitterer waren eingeladen, Einblicke in Markenphilosophie, Mercedes-Zukunftsforschung und Firmengeschichte zu erhalten – natürlich mit dem Ziel, die Eingeladenen zu beeindrucken. Das ist offensichtlich gelungen.¹⁰

Bloggen auch für Betriebs-/Personalräte?

Belegschaftsvertretungen nutzen intensiv das Internet, z.B. zum Mailen oder für Recherchen nach neuen Gerichtsentscheidungen und Informationen, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen. In einigen Fällen auch zur Darstellung des Gremiums und der eigenen Aktivitäten im Intranet, selten im Internet. Aber bloggen Betriebs- und Personalräte? Am ehesten in betrieblichen Intranets und von außen nicht wahrnehmbar.

Die herrschende Rechtsprechung fördert die Öffentlichkeitsarbeit einer Interessenvertretung im Internet nicht gerade. Das Bundesarbeitsgericht hat entschieden, dass die Nutzung des Intranet und der Zugang zum Internet zur Informations- und Kommunikationstechnik im Sinne des § 40 Abs. 2 BetrVG gehören, die dem Betriebsrat

vom Arbeitgeber im erforderlichen Umfang für die laufende Geschäftsführung zur Verfügung zu stellen sind.¹¹ Die öffentlich zugängliche Homepage eines Betriebsrats im Internet verletzt aber nach Auffassung des Arbeitsgerichts Paderborn den Grundsatz der vertrauensvollen Zusammenarbeit und dem Betriebsrat wurde auferlegt, seine Homepage im Internet zu schließen.¹²

Auf dieser Grundlage kann ein Betriebsrat auch die Einrichtung und Nutzung eines Blogs im firmeninternen Netzwerk fordern, zu dem dann alle Mitarbeiter Zugriff haben, die an diesem Netz angeschlossen sind. Hält ein Betriebsrat die Einrichtung eines Blogs im Internet für sinnvoll, benötigt er dafür die Akzeptanz des Arbeitgebers. Ist dieser dazu nicht bereit, kann die Einrichtung des Blogs im Internet durch eine Liste oder durch die Gewerkschaft eine Alternative sein. Ganz unabhängig von der Durchsetzbarkeit sollte der Betriebsrat 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 üblichen Internetseiten. Es sind ganz konkrete Menschen, die ihr Wissen, ihre Erfahrungen oder ihre Meinung zu einem selbst gewählten 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 Profildatei angezeigt. Damit bekommen die Leser des Blogs auch einen visuellen Eindruck von der Person und sehen sich eventuell eher motiviert, auf den Blog-Beitrag zu reagieren.

WWW.FUNDSTELLEN

Was tun gegen Schadstoffbelastung durch Laserdrucker? Das Umweltbundesamt hat nun einen Text (als PDF-Datei, 1,4 MB) ins Netz gestellt, der sich mit der Frage beschäftigt, ob Nachrüstfilter eine Lösung sind.

Das Fazit: Filter lösen nicht bei allen Laserdruckern das Problem, sie sind aber durchaus geeignet, Partikelemissionen bei einigen Druckern zu reduzieren. Druckerhersteller sollten daher Empfehlungen für passende Filter geben und Technologien entwickeln, die die Emissionen begrenzen.

► www.uba.de/gesundheit/telegramm/Ausgabe01-2010.pdf

Der Internetauftritt des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) für Ausbilder in der Berufsbildung ist überarbeitet und neu gestaltet worden. Die Website enthält nun eine ganze Reihe von neuen Möglichkeiten für Diskussionen, Recherche und Erfahrungsaustausch.

Neue kostenlose Angebote sind unter anderem moderierte Online-Seminare, ein direkter Zugang zu Weiterbildungsdatenbanken, ein elektronisches Nachrichten-Abonnement, umfassende Service-Angebote und noch das neue Themenforum „QualifizierungDigital“ (www.qualifizierungdigital.de).

► www.foraus.de

Wer hat was im Bundestag gesagt?

Das Parlamentsfernsehen überträgt per Internet alle Plenardebatten live. Zwei Stunden später stehen sie in DVD-Qualität zum Download bereit. Zudem werden aufgezeichnete Plenarsitzungen, öffentliche Anhörungen und Sitzungen der Ausschüsse, Ereignisse und Veranstaltungen im Deutschen Bundestag sowie Reden ausländischer Staatsgäste in der Mediathek zum Download angeboten.

► www.bundestag.de/bundestag/parlamentsfernsehen/vod

Zusammenstellung der WWW.Fundstellen:

Josef Haverkamp, IKT-Fachjournalist, Haan

Als Reaktionsmöglichkeiten können die Leser oft die einzelnen Beiträge bewerten. Eine andere Möglichkeit ist der Kommentator zum Blog-Beitrag, der dann direkt unter diesem angezeigt wird und auch wiederum kommentiert werden kann.

Möglich sind Kommentare mit Pseudonymen, mit Vornamen oder mit ganzen Namen. Meist wird ein Kommentar erst freigeschaltet, wenn sich ein Moderator 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 besteht darin, eine Mail an den Autor oder an die Blog-Betreiber zu schreiben oder diese, soweit möglich, in einem Gespräch auf das Thema anzusprechen. Werden diese Möglichkeiten genutzt, bekommt ein Betriebsrat wertvolle Rückmeldungen und Anregungen zu seiner Arbeit.

Entscheidet sich die Belegschaftsvertretung für einen Blog mit persönlich verantwortlichen „Redakteuren“ (die Mitglieder und Mitarbeiter des Betriebsrats entscheiden allein über ihre jeweiligen Beiträge), dann kann sie dennoch Beschlüsse des Gremiums und wichtige Informationen über zusätzliche Seiten, sogenannte statische Seiten, veröffentlichen.

Die Blog-Beiträge 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 Betriebs-/Personalrats mit interessanten Links zu weiteren Quellen und zusätzlichen Download-Möglichkeiten (z.B. von Betriebs- oder Dienstvereinbarungen).

Mit einem guten Blog kann innerbetrieblich Politik gemacht werden. Informationen können schnell verbreitet, Aktionen können kurzfristig angekündigt und Sympathie und Unterstützung kann aufgebaut werden. Interessenvertretungen können in dieser Hinsicht von den Kampagnen und Blogs aktueller, online-orientierter Bewegungen lernen.¹³

Technische Voraussetzungen

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

Auf dem Server wird eine Software eingesetzt, die das Bloggen ermöglicht. WordPress ist ein Beispiel dafür.¹⁴ Hierbei handelt es sich um die populärste Blogger-Software, die zudem den Vorteil hat, dass sie als Open-Source-Produkt vollständig lizenzfrei benutzbar ist. Die weiteren technischen Voraussetzungen ergeben sich dann aus den Ansprüchen dieser Blog-Software. Bei WordPress genügt es, wenn auf dem Server PHP als Programmiersprache und MySQL als Datenbanksoftware laufen kann. Beide sind Open-Source-Produkte.

WordPress ist recht einfach zu benutzen und erfordert keinen hohen Schulungsaufwand, damit die „Redakteure“ schnell mit dem Bloggen beginnen können. Etwas aufwendiger ist die Erstinstallation der Blogsoftware, insbesondere dann, wenn hierfür ein eigenständiges Design (bei Wordpress als „Theme“ bezeichnet) genutzt werden soll. Es gibt aber viele anspruchsvolle „Kleider“ für den Blog, die man kostenlos aus dem Internet beziehen kann und die für eigene Vorstellungen nur noch „etwas“ angepasst werden müssen. WordPress hat auch den Vorteil, dass es mit vielen zusätzlichen Möglichkeiten erweitert werden kann.

Im zweiten Teil dieses Artikels werden folgende Themen behandelt: Wie kann das Schreiben im Gremium organisiert werden? Wie kann Bloggen in die Öffentlichkeitsarbeit eingebettet werden? Welche Regeln des Online-Journalismus sind zu beachten? Welche Durchsetzungsmöglichkeiten hat ein Gremium? Welche Risiken kann das Bloggen haben? Hinzu kommen Tipps für den Blog-Start.

Autoren

Rainer Meyer ist IT-Trainer und Online-Journalist und führt ein Weblog zum Thema Web 2.0, das unter www.train-und-coach.de zu erreichen ist.

Ulrich R. Buchholz, Technik & Leben e.V., ist Technik- und Organisationsberater für Betriebs- und Personalräte, Fach- und Führungskräfte. Schwerpunkte: betriebliche Veränderungsprozesse, Arbeits- und Technikgestaltung. Er bloggt auf der Seite von Technik und Leben e.V. unter www.technik-und-leben.de/news.

Technik und Leben e.V. informiert, schult und berät seit über 30 Jahren Betriebs- und Personalräte, Arbeitnehmer, Gewerkschafter sowie betriebliche Fach- und Führungskräfte rund um Fragen von Technik- und Arbeitsgestaltung, Gremienarbeit und Kommunikation.

Fußnoten

- 1 Siehe hierzu Demuth, Twitter, Facebook, Blogs & Co., in: CuA 10/2009, 33 ff.
- 2 Tim Berners-Lee, der Begründer des World Wide Web, 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
- 3 Hierfür wird häufig auch der aus dem Englischen stammende Begriff der Kollaboration bzw. kollaborativ wertneutral benutzt
- 4 Schlüsselbegriffe oder Schlagwörter werden auch „Tags“ genannt; das Setzen von Schlagwörtern wird auch als „Tagging“ bezeichnet und ist eine Web 2.0-Anwendung; bekannt sind die „Tag-Wolken“
- 5 CEO steht für: Chief Executive Officer, alleiniger Geschäftsführer oder Vorstand eines Unternehmens oder Vorsitzender der Geschäftsführung oder des Vorstands
- 6 Rossmann, Social Media – Chancen und Wandel für die Unternehmenskommunikation, Gastbeitrag vom 21.4.2010 im Daimler-Blog, <http://blog.daimler.de>
- 7 Krasser, Blogging – Integration einer neuen Form des elektronischen Wissensaustauschs in den Unternehmensalltag der Pentos AG, Handbuch E-Learning, 2007
- 8 Daimler-Blog, <http://blog.daimler.de/hier-bloggen-mitarbeiter/>
- 9 Beispiel dafür ist ein Beitrag von Betriebsrat Bangert über „Produktionsverlagerung und Grundeinkommen“ im Daimler-Blog am 9.12.2009, <http://blog.daimler.de>
- 10 Siehe Gastbeiträge von Kahl zum 1. Mercedes-Benz Marken-Workshop für Blogger am 12./13.4.2010 im Daimler-Blog, <http://blog.daimler.de>
- 11 Zum Anspruch auf Internetzugang: aktuell hierzu BAG, Urteil vom 20.1.2010, Az.: 7 ABR 79/08 mit Anm. Lutz, in: CuA 2/2010, 25; zur Nutzung des Intranet: BAG, Beschluss vom 1.12.2004, Az.: 7 ABR 18/04
- 12 Zur Untersagung der Homepage eines Betriebsrats im Internet: ArbG Paderborn, Beschluss vom 29.1.1998, Az.: 1 BV 35/97
- 13 Beispiele sind: Stoppt die Vorratsdatenspeicherung (www.vorratsdatenspeicherung.de); Blog für Freiheit und Offenheit im digitalen Zeitalter (www.netzpolitik.org); Demokratie in Aktion – Campact organisiert Kampagnen, bei denen sich Menschen via Internet in aktuelle politische Entscheidungen einmischen (www.campact.de); Mitmach-Kampagne „Gemeinsam gegen Atomenergie“ (www.ausgestrahlt.de); die globale Internetbewegung Avaaz für eine gerechtere Welt (www.avaaz.org/de)
- 14 Mehr zu WordPress unter <http://wordpress-deutschland.org> (Anlaufstelle der deutschsprachigen WordPress-Nutzer); außerdem Skowronek, Weblogs einfach einrichten mit Wordpress, in: CF (jetzt: CuA) 3/2006, 37 ff.