

Mark Buzinkay
<http://www.buzinkay.net>

Einführender Ratgeber

Web 2.0 für KMUs

Praxis 2007

Mit freundlicher Unterstützung durch das **Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement** [<http://www.donau-uni.ac.at/wuk/intelligente-organisation>]
der **Donau-Uni Krems**.

Kompetenzen und Strukturen strategisch
entwickeln und nutzen! Berufsbegleitend
– praxisnah – teilnehmerInnenorientiert



Mit Kompetenz aufsteigen!

Berufsbegleitende Master-Lehrgänge, Certified Programs und Seminare:

- > **Strategisches Informationsmanagement** > **Wissensmanagement**
- > **Qualitätsmanagement** > **Prozessmanagement**
- > **Innovations- & Technologiemanagement** > **Veränderungsmanagement**

Lehrgangsdauer: 4 Semester

Lehrgangstarts: jährlich Herbst/Winter Seminarstarts: ganzjährig

Information: Department für Wissens- und Kommunikationsmanagement
Tel. +43 (0) 2732 893-2331, intelligente-organisation@donau-uni.ac.at
www.donau-uni.ac.at/wuk/intelligente-organisation

Universität für Weiterbildung



Inhalt

eBook 2007

In dieser Ausgabe:
Die wichtigsten Kapitel

Start

Die Einführung: S 4
Was ist Web 2.0?

Ideen

Vorteile, Chancen und mehr: S 12
Nutzungsmöglichkeiten für KMUs

Tools

Was Ihnen zur Verfügung steht: S 19
Werkzeug-Palette

Mehr

Wo kann ich mehr über Web 2.0 erfahren? S 25
Info-Quellen und Seminare

Aufbau

Wie Sie das Dokument lesen:
Die wichtigsten Elemente und Strukturen

Ratgeber 2007

Dokument-Aufbau

Der Ratgeber Web 2.0 für KMUs ist in 4 grobe Teile gegliedert:

- ❖ **Start:** dieses einführende Kapitel gibt Ihnen einen Überblick, was es mit Web 2.0 überhaupt auf sich hat.
- ❖ **Idee:** hier präsentiere ich Ihnen Vorteile und Möglichkeiten, die Web 2.0 für KMUs prinzipiell bietet
- ❖ **Tools:** dieses Kapitel ist das umfangreichste – exemplarisch werden Ihnen Werkzeuge und Dienste vorgestellt, die Sie sofort nutzen können: Recherchieren – Publizieren – Online Arbeiten.
- ❖ **Mehr:** für alle, die noch nicht genug haben, gibt es im letzten Abschnitt Quellen und Möglichkeiten, sich vertiefend mit Web 2.0 auseinanderzusetzen – lesend oder im Rahmen von Seminaren

Einheitliche Gliederung im Abschnitt „Tools“

Jedes Werkzeug / jeder Dienst, der in „Tools“ vorgestellt wird, enthält:

- ❖ **Nutzen:** wozu taugt es?
- ❖ **Praxis:** wie setze ich es ein?
- ❖ **Alternativen:** Welche andere, ähnliche Services gibt es?

Start

Web 2.0

Überblick:
Was ist Web 2.0 überhaupt?



Zum Begriff

Wenn wir über Web 2.0 sprechen, dann tun wir das zwangsläufig auch über das Vorgängermodell, das Web 1.0.

Web 1.0 kann auch als das originäre Web verstanden werden. Wir erinnern uns noch an Netscape, und auch Alta Vista, langsame Internet-Leitungen und das Aufkommen der „Killer-Applikation“ eMail.

Das Platzen der Dot-com-Blase im Herbst 2001 markierte einen Einschnitt in der Entwicklung des World Wide Web. Es war nicht nur das Ende von Börsenspekulation und Anlegerphantasien, sondern auch das Eingeständnis, dass die Dienste, die im Web zur Verfügung standen, nicht jene Erwartungen erfüllen konnten, die Investitionen von Millionen von Euro und Dollar rechtfertigten.

Herbst 2001: die Dot-Com-Blase platzt

Dieser Einschnitt in der Entwicklung des Web war umso bemerkenswerter, weil er manche Dienste von der Oberfläche verschwinden ließ und manche nicht. Der Börsen-Crash trennte in der Web-Szene nun die Spreu vom Weizen.

Diese Markierung in der **Webgeschichte** teilt Technologie, Anwendungen und Konzepte bis 2001 mehrheitlich der **ersten Webgeneration** (Web 1.0) zu. Zur besseren Unterscheidung zwischen diesen unterschiedlichen Ansichten, was das Web sein kann und soll, entsann sich der Web 2.0 Begriff.

Merkmale von Web 2.0 Diensten

Vergleicht man nun die „Überlebenden“ des Dot-com-Crashes von 2001 und die Vertreter des Web 1.0, dann lassen sich einige interessante Unterschiede herausarbeiten, die die Neuartigkeit von Web 2.0 Diensten besser darstellen.

Die wichtigsten „Neuerungen“ sind:

1] **Das Web ist nun die neue Plattform für Software**, nicht das Betriebssystem. Wurde früher Software lokal installiert, so wird sie heute über das Web „genutzt“. Bestes Beispiel ist hier Google.

2] Die Konzentration auf die vielen einzelnen, „kleinen“ Kunden, und nicht auf wenige große. Das bezieht sich sowohl auf Webseiten als auch auf den eigentlichen Nutzer. Man spricht hier auch vom „long tail“.

3] Ein **Pool gemeinsamen Wissens** wird vorrangig genutzt. Egal, ob es sich dabei um Suchmaschinen, File-Sharing oder andere Netzwerke handelt. Die „Community“ trägt mit ihrer Aktivität zur Verbesserung der Dienst-Qualität bei.

4] **Re-Integration von Tools in anderen Services** über offene Programmierschnittstellen. Die Barrieren, Dienste ständig in neuen Variationen zu verwerten, sind sehr niedrig. Damit ist mit Hilfe von Open Source eine dynamische Innovation möglich.

5] Das Konzept der Hyperlinks wird um die Funktionen der automatischen Benachrichtigung und Bookmarks erweitert – **RSS** wird zu einem wichtigen Wachstumsfaktor des Web 2.0, z.B. im Zusammenhang mit Blogs.

6] **Die meisten Dienste sind kostenlos**, um eine ent-sprechende (kritische) Masse an Nutzern und Inhalten zu gewinnen / zu generieren.

7] **Web 2.0 Dienste sind in einer ständigen Weiterentwicklung** und tragen oft den Namenszusatz „Beta“. Eine Software wird als „Beta“ eingestuft, wenn sie zwar stabil läuft, aber noch nicht 100%ig fertig ist. Web 2.0 Dienste werden nie perfekt ins Web gestellt, sondern gerade im Gebrauch und in Zusammenarbeit mit der Community weiterentwickelt.

8] Die Kontrolle über Daten hat sich insofern gewandelt, dass hier die Zusammenführung von Daten (**Syndizierung**) durch den Nutzer im Vordergrund steht, und nicht die Koordination des Anbieters, wer was erhält.

9] Und nicht zuletzt das oft erwähnte **„User generated Content“**: Inhalte werden zunehmend von Nutzern geschaffen, nicht von den Webseiten-Betreibern (z.B. bei File-Sharing Plattformen oder Blogs). Nutzer können Inhalte selbst gestalten – das „Mitmachweb“ entsteht.

10] **Interaktivität** zwischen Nutzern und Diensteanbietern steht im Vordergrund.

Nutzer stehen im Mittelpunkt des Web 2.0

Die Technik des Web 2.0

Web 2.0 ist eng mit dem Begriff **AJAX** verbunden. AJAX bedeutet „Asynchronous JavaScript and XML“. AJAX selbst ist keine Technologie, sondern eine Ansammlung solcher.

Die wesentlichsten Komponenten sind XHTML, CSS, XML und eben Javascript. Wichtig ist eigentlich nur eines: Damit können Web-Anwendungen genauso interaktiv und voller Funktionen gestaltet werden wie solche, die direkt vom PC ausgeführt werden. Das ist eine wichtige Voraussetzung, um Nutzer im Web 2.0 kreativ einzuspannen.



Die bereits oben erwähnten offenen Programmierschnittstellen (API) gewährleisten die Weiterentwicklung von Diensten auch außerhalb des zunächst Gedachten.

Start

Web 2.0

Verbreitung: Wer bietet Web 2.0 Dienste an?

Innovatoren und Anbieter

Das Web 2.0 versteht sich als eine Summe von Diensten und Werkzeugen, die eine Reihe ähnlicher Merkmale aufweisen, sonst aber keinerlei „Normierung“ aufweisen. Der Begriff ist daher eine Art gedanklicher Klammer, die die Vielfalt zusammenhält.

Dementsprechend dynamisch und innovativ ist das Feld der Anbieter, welche um die Gunst der NutzerInnen kämpfen. Hinter jedem Dienst, mag er auch für den Endnutzer frei sein, steckt auch ein Geschäftsmodell. Oft ist das Ziel, möglichst viele Nutzer für einen Dienst zu vereinen und ein dementsprechend attraktives Werbeumfeld zu schaffen. Das ist für den Endnutzer zwar egal, aber für beispielsweise Webseiten-Betreiber, die solche Dienste einbetten wollen, manchmal eine gewichtige Frage, in welchem Umfang eine „kostenlose“ Dienstleistung zur Verfügung steht oder wo ein kostenpflichtiger „Upgrade“ notwendig wird.

Sehr viele Web 2.0 Entwicklungen speisen sich aus der **Open Source Community** und sind dementsprechend offen für Weiterentwicklungen. Ein schönes Beispiel, wie ein Open Source Projekt Marktanteile erobert, ist der Browser Firefox. Durch seine offenen Schnittstellen können Entwickler neue Funktionen entwickeln und an die User weitergeben. Das Konkurrenzprodukt Internet Explorer kann dieser dynamischen, funktionalen Entwicklung nichts entgegensetzen außer ihrer (noch bestehenden) Marktmacht eines Betriebssystems.

Dynamik des Web 2.0 Umfelds

Web 2.0 bietet also nicht nur dem eigentlichen Endnutzer eine breite Spielwiese (und diesen Aspekt möchte ich in diesem eBook auch nachfolgend verfolgen), sondern auch ambitionierten Entwicklern und Unternehmen. Die Erfolgs-

ingedrienzen sind eine gute Idee, eine Nische und die nutzerfreundliche, zur Weiterentwicklung offene Umsetzung.

So verkauften die Entwickler der Plattform YouTube ihr nicht einmal zwei Jahre altes Unternehmen an Google für über 1,6 Mrd US\$. Das ist sicherlich ein Ausnahmbeispiel, doch es zeigt auch, was eine einfache Idee und ihre erfolgreiche Umsetzung wert sein können. Dementsprechend viele Anbieter entwickeln Dienste, die sich gegenüber der Konkurrenz beständig durch Innovation absetzen wollen. Das kann für den Endnutzer nur von Vorteil sein und beschert der Branche letztlich eine derartig große Eigendynamik.

Verweben von Diensten

Offene Schnittstellen sind dabei der Garant, dass nicht nur die originären Schöpfer eines Tools an diesem weiterarbeiten können, sondern „alle anderen“ auch. Besonders interessant wird es, wenn verschiedene Anwendungen, Werkzeuge und Datenquellen miteinander zu so genannten **Mashups** verwoben werden.

Besonders erfolgreich wird dies derzeit bei der Illustration von Daten betrieben. Ob günstige Hotelbetten auf eine dynamische Landkarte dargestellt werden oder meine Bildergalerie mit Audio-Kommentar unterteilt wird, der Phantasie sind hier keine Grenzen gesetzt.

Webseiten-Betreiber haben hier die Qual der Wahl und können genau jene Funktionen „leicht“ zusammenstellen, die sie für ihr Zielpublikum benötigen. Dadurch entsteht eine Form der **Individualisierung** von Web-Angeboten, die sich bis dato vor allem über Layout und Inhalte differenzierten. Nun tritt auch der Bereich der Funktionen hinzu. Dazu zählt insbesondere die Einbindung der Nutzer in dieses Entwicklungsschema.

Start

Web 2.0

Angebot:
Eine erste grobe Übersicht

eurekster
swicki BETA



myspace.com
a place for friends

Social
Search

Technorati™

Social
Communities

You Tube
Broadcast Yourself™

WIKIPEDIA

flickr™
GAMMA

Blogging

newsvine.com

sonstige
Web 2.0

Google
Maps

WordPress.com

skype™

Gliederung des Web 2.0 Universums

Die große Gemeinde der Web 2.0 Anwendungen ist kaum mehr zu überblicken. Zur besseren Übersicht lassen sich die Dienste zu folgenden Gruppen zusammenschließen:

1] Social Search

- ❖ Kollaborative Verzeichnisse z.B. Wikipedia
- ❖ Bookmarking Tools z.B. Del.icio.us
- ❖ Taggregators z.B. Technorati
- ❖ Themen Suchmaschinen z.B. Swicki
- ❖ A&Q Dienste z.B. Yahoo! Answer
- ❖ Collaborative Bookmarking z.B. Reddit

2] Social Communities

- ❖ Music-Sharing z.B. BitTorrent
- ❖ Photo-Sharing z.B. Buzznet
- ❖ Video-Portale z.B. YouTube
- ❖ Social Networking z.B. MySpace

3] Content Generation

- ❖ Blogging-Tools z.B. Wordpress
- ❖ Wikis
- ❖ RSS Dienste und Reader
- ❖ News-Dienste z.B. Newsvine

4] „Sonstiges“

- ❖ Mapping z.B. Google Maps
- ❖ Collaborative Calendars
- ❖ Organizing von virtuellen Teams
- ❖ Mash ups
- ❖ VoIP Anwendungen z.B. Skype

Anmerkung: Dies ist keine vollständige Übersicht, sondern nur ein Gliederungsversuch.

Start

Web 2.0

Nutzung: Wer sind die typischen Web 2.0 Nutzer?

Trend 2007: Web 2.0 wird ein Massenphänomen

Das Web ist ein Medium, und Web 2.0 bedeutet eine völlige Umwandlung dieses Kanals. Die Auswirkungen neuer Dienste sind Gegenstand zahlreicher Untersuchungen zum Nutzungsverhalten und Verbreitung. Ich möchte Ihnen hier eine kurze Zusammenfassung liefern (weitere Daten können Sie der zugrunde gelegten Studie der Fa. Result.de entnehmen – siehe „Checklist“).

Nutzung von Diensten

1] 2006 sind rund 59% der Deutschen online.

2] Insgesamt nutzten rund 12% der Bevölkerung Deutschlands mindestens einmal in der Woche das Web 2.0 (also eine Web 2.0 Anwendung). Rund 40% davon tun es täglich.

3] Das heißt, jeder Fünfte Onliner ist auch regelmäßig mit Web 2.0 Diensten in Berührung.

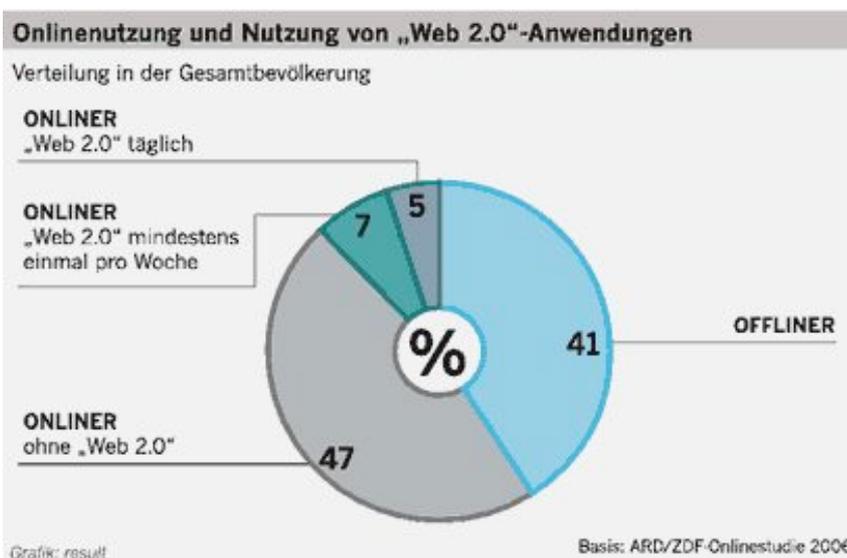
4] Web 2.0 ist noch ein sehr junges Medium – und auch deren Nutzer sind überwiegend aus der Altersgruppe der 14–29jährigen.

5] Bezogen auf die Geschlechter dominieren die Männer als Nutzer von Web 2.0 Diensten, obwohl es hier extreme Unterschiede bei einzelnen Diensten und Tools gibt.

6] Web 2.0 Dienste werden überdurchschnittlich von Personen mit einem höheren Bildungslevel genutzt (also Matura und höher).

7] Was das Haushaltseinkommen betrifft, so sind die Besserverdiener in einem höheren Maße als Web 2.0 Nutzer vertreten als Nutzer mit niedrigem Einkommen.

8] rund 58% der Web 2.0 Nutzer können als aktiv partizipierend eingestuft werden: Mindestens 5 Veröffentlichungen oder Kommentare / Monat werden erbracht.



Grafik: www.result.de

Start

Web 2.0

Damit nichts vergessen wird:
Checkliste

Web 2.0 ist ...

- 1] ... ein Überbegriff zu online Diensten, die besondere Merkmale aufweisen
- 2] ... ein Feld von besonderer Dynamik, welches die Innovation des Web vorantreibt
- 3] ... das Vehikel, welches die Nutzer nun auch zu einer aktiven Partizipation motiviert
- 4] ... bereits jetzt ein Massenphänomen

Zum Nachlesen: offline & online

- 1] Ein vollständiger Artikel zum Verständnis von Web 2.0 ist von **Tom O'Reilly** unter <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-2.0.html> nachzulesen.
- 2] Johannes Gamperl: AJAX, Web 2.0 in der Praxis.; Galileo Press, Bonn, 2006, ISBN 3-89842-764-1. Rezension siehe <http://www.buzinkay.net/blog-de/2006/09/ajax/>
- 3] Mediennutzung Web 2.0 – eine Studie: <http://www.result.de>

Fakten und Begriffe

- 1] User generated content
- 2] Mashups
- 3] Ajax

Anzeige



Web 2.0 Surf Camp

- die virtuelle Dimension gestalten

Im Internet, und nun?
Die Realität der Informationssuche schaut so aus: Mühsal, keine Zugänge und zuviel Zeitaufwand.



Die Lösung:
Informationskompetenz aufbauen, Web 2.0 Dienste für sich arbeiten lassen und nichts Wichtiges verpassen.





Das Web 2.0 Surf Camp vermittelt das Know-How für das Web der Gegenwart.



Alle Vorteile auf einen Blick:

- :: umfassendes Training zu:
- :: Blogs, Suchmaschinen, virtuellen Welten
- :: örtlich ungebunden - Lernen im Web
- :: Learning by doing - im Team und einzeln
- :: laufender Kontakt mit dem Trainer
- :: lange Übungsphasen
- :: Zeit selbst einteilbar
- :: Individuelles Lerntempo



Programm-Ausschnitte:

- :: mit Blogs arbeiten
- :: News-Alerts einrichten
- :: virtuelle Teamarbeit verrichten
- :: Suchmaschinen adjustieren
- :: und vieles mehr!



Termine und Detail-Info unter:
MB Informationsdesign
www.buzinkay.net/web2.0.surfcamp/

Wer das Web für sich nutzen will, der kommt ins Web 2.0 Surf Camp.





Link: <http://www.buzinkay.net/web2.0.surfcamp/>

Ideen

Web 2.0

Überblick: Möglichkeiten der Nutzung für KMUs

Die Welt steht offen

In diesem Abschnitt geht es um die Frage, wie sich Web 2.0 generell für KMUs einsetzen lässt. Im vorhergehenden Abschnitt habe ich auf die Möglichkeiten hingewiesen, die Entwickler und Anbieter von innovativen Diensten im Web 2.0 Umfeld haben und diese als Geschäftsidee umsetzen können. Jetzt geht es aber vielmehr um die Frage, wie lassen sich Web 2.0 Werkzeuge für die produktiven, kommunikativen und strategischen Anforderungen von Kleinst-, Klein- und Mittelunternehmen gewinnbringend zum Einsatz bringen.

Web 2.0 gibt KMUs Chancengleichheit

KMUs sind im Gegensatz zu größeren Unternehmen in ihren betrieblichen Funktionen weniger ausdifferenziert, d.h. ein Mitarbeiter / eine Mitarbeiterin oder eine Abteilung ist breiter aufgestellt als in einem Großunternehmen, wo die Spezialisierung in bestimmten Aufgabenfeldern dementsprechend größer ist.



Ebenso können Großunternehmen auf meist bessere Finanzierungsmöglichkeiten und Kapitalressourcen zurückgreifen, wobei sich oftmals eine bessere Auslastung erzielen lässt (von beispiels-

weise einer IT-Abteilung aufgrund einer höheren Nutzeranzahl). In größeren Unternehmen finden sich zudem eher Spezialisten für ein spezifisches Problem als in einem kleinen Unternehmen.

KMUs werden durch das Web 2.0 Großunternehmen ebenbürtiger

Das Web 2.0 löst diese Probleme weitestgehend auf:

1] Höchster Standard

Viele Basis-Web 2.0 Werkzeuge sind funktional kaum von Profiwerkzeugen zu unterscheiden, und können bequem und ohne viel Kosten erweitert werden.

2] Keine langfristige Investitionen

Web 2.0 Werkzeuge sind online verfügbar und generell jederzeit austauschbar. D.h. langfristige Investitionen in ein Softwarepaket gehören der Vergangenheit an.

3] Keine Kapitalbedarf

Die meisten Web 2.0 Dienste sind kostenlos beziehungsweise sehr günstig – es sind keine großen Kapitalressourcen notwendig

4] Spezialistenteams einsetzen

Durch automatisierte Funktionen erledigen Web 2.0 Dienste, wofür Großunternehmen ganze Abteilungen an Spezialisten benötigen.

5] Schneller Einsatz

Das Web 2.0 ermöglicht KMUs, sich viel besser zu vernetzen und einzelne Projekte / Vorhaben virtuell abzuarbeiten. Langfristige oder komplizierte Firmenstrukturen bleiben den KMUs erspart. Stattdessen kann ein Projekt sehr schnell über den vernetzten Ansatz in Angriff genommen werden.

6] Branding

Das Fehlen einer Marke oder einer Präsenz auf dem Markt ist eines der Hauptprobleme von Kleinstunternehmern. Web 2.0 gibt diesen besonders viele Möglichkeiten, effektiv und effizient präsent zu sein.

7] Innovation

Durch das Web 2.0 können viele Geschäftsideen sehr leicht transportiert, mit Partnern und Kunden weiterentwickelt und so rasch zur Marktreife geführt werden. Try and error lautet hier ein Prinzip, an das sich viele Große nicht wenden können.

Die „Nachteile“

Nicht unerwähnt bleiben sollte auch die Kehrseite der Medaille:

1] Da die Dienste online verfügbar sind, beziehungsweise Komponenten auf fremden Webservern benötigen, ist eine dementsprechende Abhängigkeit von der Stabilität der Leitungen und den Servern der Betreiber gegeben. 100% ige Verfügbarkeit ist nicht gegeben. **Ausweg:** Alternativ-Tools parallel fahren, soweit dies vom Aufwand her zu rechtfertigen ist.
 2] Die Software wird nicht gekauft, sondern zur Verfügung gestellt. Entsprechend ist man bei der Weiterentwicklung und der Pflege des Dienstes ebenfalls an den Anbieter gebunden. Solche Dienste können deshalb auch recht schnell wieder verschwinden. **Ausweg:** Dienste wählen, die eine große

Entwickler-Community aufweisen können und die gegebenenfalls selbst gehostet werden können.

3] Die „Beta-Philosophie“: viele Dienste werden im Entwicklungsstadium zur Verfügung gestellt, d.h. Teile der Entwicklungsarbeit wird an die Community (=Tester) ausgelagert. Manche Dinge funktionieren dann noch nicht so, wie man es sich erwartet. **Ausweg:** selbst Funktionen, Verbesserungen anregen. Diese werden meist recht rasch umgesetzt. In einem frühen Stadium hat man die Chance, die Definition des Dienstes zu beeinflussen.

4] Kompatibilität von Diensten: trotz offener Schnittstellen, Open Community und state of the art Programmierung ist eine Übernahme von Daten aus einem Dienst in einen anderen nicht immer „einfach“. Viele Web 2.0 Applikationen bieten solches Importieren an, wobei hier immer nachjustiert werden muss. Das bedeutet einen gewissen Aufwand, der mit der Größe der Datenmenge wächst. **Ausweg:** von Beginn an Dienste auswählen, die eine weite Verbreitung haben (d.h. die Schnittstellen-Kompatibilität wird eher höher sein) beziehungsweise „offene“ Formate wie OPML unterstützen.

Die Punkte 2, 3 und 4 betreffen genauso teure, klassische Software, aber ohne die formulierten Alternativ-Szenarien in Anspruch nehmen zu können.

Ideen

Web 2.0

Wo Web 2.0 einen Sinn macht:
Beispiel aus der Praxis



5 Fragen an Bruno Bauer, Leiter der Universitätsbibliothek der Medizinischen Uni Wien zum Einsatz von Web 2.0.

Mit rund 30 MitarbeiterInnen kann die Bibliothek als ein mittleres Unternehmen bezeichnet werden. Noch vor wenigen Jahren haftete dieser Bibliothek das typisch verstaubte Image an – das hat sich aber seit kurzem gewandelt. Unter anderem durch den Einsatz von Web 2.0.

Mark Buzinkay: Die Universitätsbibliothek (UB) der MedUniWien hat als erste UB in Österreich ein Blog eingerichtet. Wie kam es dazu und mit welcher Zielsetzung wird das Blog betrieben?

Bruno Bauer: Als wir unsere Bibliotheks-Website im Vorjahr einem gründlichen Relaunch unterzogen und unter anderem drei Sub-Portale für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, für Studierende und für sonstige Benutzergruppen eingerichtet haben, verfolgten wir dabei zugleich auch das Ziel, unsere bisherige Informations- und PR-Arbeit im Internet deutlich zu verbessern. Bis dahin haben wir für diesen Zweck neben unserer Website vor allem das Instrument des Newsletters genutzt, für den wir mehr als 300 Subskriptionen

verzeichnen konnten und mit dem wir seit 1999 durchschnittlich einmal im Monat über Innovationen der Bibliothek informiert haben.

Während die Benutzerinnen und Benutzer der traditionellen Bibliothek vor Ort in die Bibliothek kommen mussten, betreten Kundinnen und Kunden des Online-Angebotes die Bibliotheksräume vor Ort oft nur sporadisch, wobei ein wesentlicher Vorteil der digitalen Bibliothek darin liegt, dass sie, gemäß dem Motto 24/7 jederzeit „betreten“ bzw. genutzt werden kann. Parallel zum Ausbau des Angebots an elektronischen Bibliotheksressourcen – neben den Online-Fachbibliographien und elektronischen Volltextzeitschriften sind hier auch elektronische Bücher (etwa Pschyrembel online, Austria Codex, Online-Bücher des Thieme und Springer-Verlages) zu nennen – sahen wir sehr bald den Bedarf an einem Informationsinstrument, mit dem wir die Benutzerinnen und Benutzer der elektronischen Angebote erreichen konnten. Und als passendes und zeitgemäßes Instrument wurde Ende der 90er Jahre eben der Newsletter konzipiert. Für dessen Aktualität erwies sich allerdings die redaktionelle Notwendigkeit, einen bestimmten Erscheinungsrhythmus einhalten zu müssen, als nachteilig. Nicht leicht zu lösen war auch der Anspruch, in jedem Newsletter zumindest eine Information für jede der von uns zu betreuenden Zielgruppen – Studierende, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, externe Kundinnen und Kunden – zu platzieren. Zudem standen auch nur unbefriedigende Lay-Out-

Möglichkeiten zur Verfügung, und es bestand auch nicht die M

„Mit dem Blog können wir die bisherigen Mängel gut beheben“

öglichkeit, Abbildungen zu integrieren. Ergänzend zum Newsletter gab es auf der Startseite unserer Homepage schon seit jeher einen Punkt „News“, der allerdings hinsichtlich des Umfangs der Meldungen und der optischen Aufbereitung ebenfalls nur in einem sehr engen Korsett bedient werden konnte.

Die Meldungen der Newsletter und auch die „News“ wanderten zwar in ein „Archiv“ und standen so auch für eine spätere Nutzung zur Verfügung. In der Praxis entsprach der Versuch, Informationen, die etwa vor einem Jahr über den Newsletter ausgesandt worden waren, im „Archiv“ wieder aufzurufen, allerdings der Suche nach der sprichwörtlichen Stecknadel im Heuhaufen.

Mit dem Blog aber steht nunmehr ein modernes Informationsinstrument zur Verfügung, mit dem die oben skizzierten Mängel optimal behoben werden konnten. Die Zweigleisigkeit zwischen Newsletter und „News“ konnte aufgegeben werden, weil die Titel der jeweils aktuellsten Blog-Einträge auf der Startseite angezeigt werden. Ein weiterer wichtiger Vorteil ist die Aktualität, die der Blog ermöglicht, weil jede für die Bibliothek wichtige Information innerhalb von Minuten in den Blog gesetzt werden kann. Dazu bietet das Instrument des Blogs auch die Möglichkeit, „auf Vorrat zu arbeiten“ und bestimmte, fix terminisierte Meldungen wie „Datenbank des Monats“ dann vorzubereiten, wenn es zeitlich gut unterzubringen ist. Seit seiner Inbetriebnahme haben wir schon ca. 100 Mitteilungen in den Blog gestellt, das bedeutet pro Monat bringen wir ca. 10 Informationen bzw. Nachrichten über unsere Bibliothek, unsere Angebote und Services. Bei der Implementierung des neuen Instruments war uns auch ein hoher Qualitätsanspruch wichtig, was die ansprechende Aufbereitung der Meldungen durch Integration von Abbildungen betrifft; ca. 75 % unserer Mitteilungen sind illustriert.

„Unsere Bibliothek will stets zu den initiativen und innovativen Medizinbibliotheken Europas gehören“

Ein wichtiger Vorteil des Blogs liegt meines Erachtens darin, dass mit RSS ein Instrument zur Verfügung steht, mit dem die Informationen auch gezielt an die potentiell Interessierten gerichtet werden können, und dass die Meldungen des Blogs in Suchmaschinen wie etwa Google sehr prominent platziert werden. Über diesen Effekt staunen wir selbst immer wieder, wenn einzelne Meldungen unseres Blogs, in denen wir über bestimmte Informationsressourcen informieren sogar vor den Firmen-Websites gelistet werden, auf denen diese Produkte vorgestellt werden. Ein weiterer positiver Aspekt liegt in der Möglichkeit, die Meldungen des Blogs chronologisch und thematisch abzulegen.

Der Erfolg der neuen Website und des Blog, der einen wesentlichen Teil der Neukonzeption darstellt, spiegelt sich nicht zuletzt darin, dass die Freischaltung im Juni 2006 von einer sehr positiven Resonanz begleitet wurde und diesbezüglich kein einziges negatives Statement in der Bibliothek eingelangt ist, was bei früheren Relaunches der Website nicht gegeben war, sowie in einer deutlichen Zunahme der Zugriffe auf unsere Webpages.

Mark Buzinkay: Welchen Zugang hat die UB der MedUni Wien zum Web 2.0 generell? Ist dies ein Experimentierfeld, eine Tool-Schatzkiste wie Ihr Blog oder was erwartet sich die UB vom Web 2.0?

Bruno Bauer: Die große Bereitschaft an unserer Bibliothek, sich mit Web 2.0 bzw. dem Konzept der Bibliothek 2.0 intensiv auseinander zu setzen, hängt sicherlich auch damit zusammen, dass Medizinbibliotheken in den letzten Jahrzehnten stets zu den Wegbereitern bei der Implementierung von Innovationen im BID-Bereich gezählt haben. Unsere Bibliothek hat sich seit ihrer Inbetriebnahme im Jahr 1989 im Neubau des Allgemeinen Krankenhauses (Universitätskliniken) durch ein hohes Maß

an Innovationsfreude ausgezeichnet, was auch im Mission Statement der UB der MedUniWien zum Ausdruck kommt: „Unsere Bibliothek will stets zu den initiativen und innovativen Medizinbibliotheken Europas gehören.“

1992 erfolgte die Inbetriebnahme des Medline-Datenbankennetzes, sodass die Ärztinnen und Ärzte im AKH rund um die Uhr – auch während der Nacht- und Wochenenddienste – in der bedeutendsten medizinischen Fachbibliographie recherchieren konnten. Dieses Konzept wurde 1997 zu einem landesweiten medizinischen Datenbankennetz erweitert. Seit 2000 ist die Transformation von „print“ zu „online“ im Bereich der Fachbibliographien an unserer Bibliothek abgeschlossen. An die Stelle der bis dahin angebotenen gedruckten Nachschlagewerke, wie Index Medicus, Excerpta Medica, Current Contents, sind ausschließlich Online-Datenbanken, wie Medline, Embase, Web of Knowledge oder Scopus getreten.

Bereits 1998 zählte unsere Bibliothek mit der UB Innsbruck zu den ersten Bibliotheken in Österreich, die sich mit einer Teststellung bei SpringerLINK auf das damals neue Thema elektronische Volltextzeitschriften eingelassen haben. Mittlerweile haben wir Lizenzverträge für den Online-Zugriff auf medizinische Fachzeitschriften der meisten großen Verlage abgeschlossen.

Ähnlich wie beim Datenbankenangebot zeigen die Zugriffsstatistiken auf die e-Zeitschriften, welche große Akzeptanz das elektronische Angebot der Bibliothek findet. 2006 konnten wir 228.000 Zugriffe auf die e-Zeitschriften in der EZB verzeichnen; demnach wurde pro Tag 625 Mal auf die e-Zeitschriften zugegriffen.

Parallel zum Ausbau der elektronischen Ressourcen hat sich an vielen wissenschaftlichen Bibliotheken der Schwerpunkt von einem bestandsorientierten hin zu einem nutzungsorientierten Bibliothekskonzept verlagert. Im selben Ausmaß, in dem an vielen Universitäten neue Forschungsschwerpunkte gesetzt werden, sind auch die entsprechenden Bibliotheksangebote zu forcieren.

Neben dem Anspruch, das Angebot an elektronischen Ressourcen laufend zu erweitern, besteht eine große Heraus-

forderung für Bibliotheken mittlerweile auch darin, dem User deutlich zu machen, dass viele der Quellen, die er im Zuge seiner Recherchen nutzt, nicht gratis im Internet zur Verfügung stehen, sondern um teures Geld von der Bibliothek lizenziert werden.

Aufbauend auf die Möglichkeiten von Web 2.0 wollen wir – unter Nutzung der neuen Möglichkeiten der sozialen Software – unsere UB als Bibliothek 2.0 positionieren. Damit sollen einerseits die Wünsche unserer Kundinnen und Kunden eine noch stärkere Berücksichtigung finden, andererseits aber bei diesen auch ein stärkeres Interesse für die Bibliothek geweckt werden.

„Zunächst war uns selbst nicht ganz klar, ob sich der Einsatz lohnt. Gelegentlich fiel das Wort ‚Spielzeug‘“

Mark Buzinkay: Auf welche Neuerungen dürfen sich die Nutzer der UB der MedUniWien freuen? Ein interessantes Projekt der Daten-Abfrage via PDA ist ja gerade in Betrieb gegangen.

Bruno Bauer: Der Einsatz von PDAs an Krankenhäusern ist im angelsächsischen Raum schon seit Jahren Standard. So bestand auch an der UB der MedUniWien schon seit längerem die Idee, dieses Thema offensiv anzugehen. PDAs ermöglichen es der Ärztin oder dem Arzt, wichtige Nachschlagwerke und hilfreiche Software komfortabel und ohne direkte Verbindung zum Arbeitsplatz-PC rasch im klinischen Alltag einzusetzen.

Konkrete Formen nahm unser PDA-Projekt „Mobile Medicine“ dadurch an, dass ein sehr engagierter Mitarbeiter es zum Thema seiner Master Thesis im Rahmen des Universitätslehrgangs MSc Library and Information Studies an der Universität Wien gemacht hat.

Zunächst war uns selbst nicht ganz klar, ob sich für PDAs, die bisher nicht zum Kerngeschäft des etablierten Bibliothekswesens gehört haben (in internen Besprechungen fiel gelegentlich der Ausdruck „Spielzeug“), der Einsatz von Ressourcen der Bibliothek lohnt. Den Ausschlag für das PDA-Projekt gab dann

die Überlegung, dass es für die Zukunft der Bibliothek wichtig ist, gerade innovative Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Studierende, wie sie gerade die Gruppe, die PDAs nutzt, repräsentiert, anzusprechen und an die Bibliothek zu binden.

Wie sieht nun das PDA-Projekt konkret aus? Auf der Website wurde ein eigenes Portal mit freien und lizenzierten Ressourcen eingerichtet, das mit 1. März 2007 frei geschaltet worden ist. Geplant ist auch der Ankauf einiger PocketPCs, auf denen wichtige medizinische PDA-Ressourcen vorinstalliert werden, und der Verleih dieser Geräte an Interessentinnen und Interessenten, die damit die Funktionalität von PDAs kennen lernen können. Begleitend zu diesen Maßnahmen wurde eine PDA-Mailingliste eingerichtet, die sich großen Zuspruchs erfreut und bereits mehr als 100 Subskribenten zählt. Noch befinden wir uns in diesem innovativen Projekt in der Anfangsphase, und es ist für uns selbst noch nicht evident, ob wir a la longue PDA-Ressourcen kostenlos an unsere Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie an Studierende abgeben können und wollen. Denkbar ist auch, dass die UB für PDA-Ressourcen als „Tankstelle“ fungiert, indem die Bibliothek PDA-Ressourcen kostengünstig von Anbietern erwirbt und diese gegen einen Kostenbeitrag an interessierte Kundinnen und Kunden vermittelt.

Neben dem topaktuellen PDA-Projekt war eine wichtige Innovation der vergangenen Monate die Installation von WLAN in der Bibliothek. Wir beschäftigen uns derzeit mit einer ganzen Reihe weiterer Projekte, die – wie praktisch alle Projekte im IT-Bereich – relativ rasch umgesetzt werden sollen. Geplant ist der Aufbau eines institutionellen Repositoriums, ergänzend dazu betreiben wir bereits seit längerem ein Catalogue Enrichment-Projekt im Bereich der medizinischen Dissertationen und Diplomarbeiten. Verstärkt bemühen wir uns auch um Lizenzen für e-Bücher. Als jüngstes Beispiel ist in diesem Zusammenhang der Kauf von über 300 e-Bücher des Springer-Verlages zu nennen, wo wir erstmals auch eine automatische Übernahme der vom Verlag zur Verfügung gestellten Metadaten in den Bibliothekskatalog anstreben. Angedacht ist auch, RFID-Technologie einzusetzen – ein Projekt, das

wahrscheinlich leider nur mittelfristig zu realisieren sein wird, weil zuvor budgetäre Fragen zu klären sein werden.

Obwohl nur für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der UB der MedUniWien nutzbar, erwarte ich mir von dem ebenfalls für 2007 geplanten Aufbau eines WIKI als internes Informationstool wichtige Verbesserungen im Informations- und Kommunikationsfluss unserer Bibliothek, die letztlich natürlich auch unseren Kundinnen und Kunden zugute kommen werden.

Mark Buzinkay: Wie sehen Sie die Technik- und Innovationsfreudigkeit an den wissenschaftlichen und öffentlichen Bibliotheken im deutschsprachigen Raum? Gibt es Anlass zur Sorge, oder sind wir international Spitzenreiter?

Bruno Bauer: Auch wenn es vereinzelt an Bibliotheken im deutschsprachigen Raum herausragende Innovationen gibt, so ist doch zu konstatieren, dass sich die wichtigen Entwicklungen zunächst woanders abspielen, vor allem im angelsächsischen Raum, oder auch in den skandinavischen Ländern. Zu uns kommen viele Trends erst mit Verzögerungen und oft in abgeschwächter Form, wenn ich etwa an die ganze Open Access Publishing-Entwicklung denke, mit der ich mich als einer von wenigen Bibliothekaren in Österreich seit Jahren intensiv auseinandersetze. Grundsätzlich geht es in Ordnung, wenn man nicht Lehrgeld für die Entwicklung neuer Bibliotheksangebote zahlen und lieber von vorn herein auf Bewährtes setzen will. Allerdings vergibt man mit der grundsätzlichen Verweigerung, Neuland zu betreten und sich neuen Herausforderungen zu stellen, auch die Chance, sich glaubwürdig als zukunftsorientierte und innovationsfreudige Einrichtung zu präsentieren.

Aufgrund ihrer historischen Wurzeln verfolgen viele Bibliotheken das Konzept der Hybridbibliothek – es gibt einerseits oft einen sehr großen Bestand an konventionellen Medien (in print) und andererseits immer mehr Informationsangebote in digitaler Form. Die Strukturen an den Bibliotheken, insbesondere auch in Österreich, sind so angelegt, dass vielfach der Schwerpunkt der Anstrengungen hinsichtlich des Einsatzes der Ressourcen – Geld und Personal – im Bereich der traditionellen

Bibliothek liegt, was sich auch in den aktuell angewendeten Leistungsmessungskriterien für Bibliotheken – Stichwort BIX (Bibliotheksindex) – spiegelt, während die Entwicklung der elektronischen Bibliothek nicht selten nur in Form von Projekten von statten geht und – noch immer – häufig in den Händen einiger weniger „Technik-Freaks“ bzw. „IT-Bastlern“ an den Bibliotheken liegt.

Bibliotheken denken traditionell sehr stark in Verbänden – vom Leihverkehrsverbund bis zum Bibliothekenverbundkatalog. Ich habe den Eindruck, dass nicht wenige Kolleginnen und Kollegen sich auch für die Bibliothek 2.0 einen Verbund erwarten, der fertige Bausteine liefert. In der Tat gibt es Projekte, bei denen durch Arbeitsteilung und Schwerpunktsetzung enorme Synergien gewonnen werden können. Allerdings fordert das Konzept der Bibliothek 2.0 von jeder einzelnen Bibliothek viel stärker, auf die jeweils unterschiedlichen Kundinnen und Kunden zu zugehen und auch eine entsprechende unverwechselbare Identität zu entwickeln.

Die UB der MedUniWien hat hierbei den Vorteil, dass sie als mittlere Fachbibliothek mit 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, eher als eine große Universalbibliothek, den engen Kontakt zu den WissenschaftlerInnen sowie zu den Studierenden halten und ein Arbeitsklima etablieren kann, das die bedarfsgerechte Entwicklung und rasche Umsetzung von Innovationen fördert. Benötigt werden hierfür, und in Zukunft in einem noch viel stärkeren Ausmaß, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die viele Facetten des BID-Bereiches abdecken und sich ergänzen und die Freude daran haben, sich laufend neuen Trends zu stellen und Innovationen zu entwickeln.

Noch den Großteil des vorigen Jahrhunderts konnte sich ein Bibliothekar bei seinem Berufseintritt darauf einstellen, die etwa 40 Jahre seines Berufslebens kontinuierlich mit dem Regelwerk der PI (Preußische Instruktionen) zu arbeiten. Heute weiß niemand, nach welchen Regeln wir in vier Jahren arbeiten werden, wir können allerdings davon ausgehen, dass es vollständig andere Regeln sein werden. In der Bibliothek 2.0 werden die klassischen Arbeitsrollen – vom Titelaufnehmer bis zur Fachreferentin – zugunsten von befristeten projekt-

bezogenen Tätigkeiten an Bedeutung verlieren.

In diesem Zusammenhang empfinde ich es als sehr bereichernd, dass es mittlerweile auch in Österreich mehrere Ausbildungswege für den Bibliotheksberuf gibt – wir haben etwa erst im Vorjahr einen Absolventen des Professional MSc Bibliotheks- und Informationsmanagement von der Donau-Universität Krems aufgenommen. Als Leiter der UB der MedUniWien sehe ich es als wichtige Aufgabe, unser Team um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu ergänzen, die unterschiedliche Fähigkeiten abdecken und entsprechendes Innovationspotential mitbringen. So wird das PDA-Projekt von einem Biologen mit technischem Background entwickelt, Weblog und das WIKI-Projekt liegen in den Händen einer Mitarbeiterin, die sowohl ein Diplomstudium an der Juridischen Fakultät der Universität Wien als auch an der Akademie der Bildenden Künste in Wien abgeschlossen hat.

Mark Buzinkay: Wie stark werden KundenInnen der UB der MedUniWien eingebunden – bei der Akquisition, Erschließung und Entlehnung von Content? Welche Rolle spielen die NutzerInnen der Bibliothek überhaupt – in einer Bandbreite von "reiner Konsument" bis "Betreiber" (als zwei Extreme)?

Bruno Bauer: Selbstverständlich bieten wir für jene, die Literatur an der UB der MedUniWien suchen, die (noch) nicht vorhanden ist, das an vielen Bibliotheken eingesetzte Instrument des Wunschbuchs in Form eines Webformulars an. Obwohl wir, wenn die fachlichen Kriterien passen, alle vorgeschlagenen Bücher umgehend erwerben, wird das Wunschbuch nur von einigen wenigen, dafür regelmäßig, genutzt. So bekommen wir etwa laufend Vorschläge für die Anschaffung von Literatur für die Pflegeausbildung, für die Hebammenausbildung oder die Homöopathie.

Als sehr positive Maßnahme der Akquisition hat sich das seit 2000 eingerichteten Standing Order-Verfahren bewährt, wodurch jede neue deutschsprachige medizinische Publikation ausgewählter Verlage unmittelbar nach dem Erscheinen an die Bibliothek geliefert wird. Durch dieses Bezugsmodell wird sichergestellt, dass die erfahrungsgemäß

sehr stark nachgefragten deutschsprachigen medizinischen Fachbücher der großen Verlage, Thieme, Springer, Elsevier Urban & Fischer sowie Facultas vollständig an der UB vorhanden sind; zugleich konnte der Beschaffungsvorgang deutlich verkürzt werden.

Daneben werten wir auch regelmäßig die von der MedUni Wien für die einzelnen Lehrveranstaltungsblöcke herausgegebenen Study Guides aus, die u.a. auch Literaturlisten beinhalten. Für die Prüfungen essentielle Literatur kaufen wir für unsere Lehrbuchsammlung in bis zu 200 Exemplaren an, ergänzende Literaturempfehlungen stellen wir in der Regel in fünf Exemplaren bereit.

Für den Bestandsaufbau, insbesondere im Bereich der Zeitschriften, werden die Fernleihebestellungen regelmäßig ausgewertet.

Feststellen mussten wir, dass Medizinerinnen und Mediziner aufgrund ihrer Dreifachbelastung – Lehre, Forschung, Klinik und Praxis – kaum Zeit für ein regelmäßiges Feedback an die Bibliothek aufbringen, weshalb wir uns sehr darum bemühen, die Literaturwünsche „intuitiv“ zu erfassen. Ein gutes Instrument für den Aufbau und die Steuerung der digitalen Bibliothek bieten die Statistiken für die Nutzung der elektronischen Ressourcen. Deshalb bemühen wir uns für neue elektronische Ressourcen laufend bei den Anbietern um Teststellungen, von deren erfolgreichen Verlauf dann eine mögliche Kauf- bzw. Lizenzentscheidung wesentlich beeinflusst wird. Um den großen Aufwand bei der Bearbeitung der von den Anbietern zur Verfügung gestellten heterogenen Nutzungsstatistiken zu minimieren, beabsichtigen wir die Anschaffung eines Statistik-Tools. Getestet wird derzeit ScholarlyStats, die Software eines kommerziellen Anbieters, um die von den Verlagen angebotenen COUNTER-kompatiblen Nutzungsstatistiken für sämtliche elektronische Ressourcen – von Datenbanken über e-Zeitschriften bis zu e-Büchern – unter einer Oberfläche

darstellen zu können. Damit steht dann hoffentlich ein Instrument zur Verfügung, mit dem die Nutzung noch stärker als Kriterium für die Lizenz- und Ankaufpolitik der Bibliothek berücksichtigt werden kann.

Im Zusammenhang mit der Evaluierung des Nutzungsverhaltens ist ein leider schon länger bestehendes Desiderat zu nennen, nämlich die Auswertung der erfolglosen Anfragen im Bibliothekskatalog. Aufgrund einer Analyse der erfolglosen Recherchen im OPAC könnten jene Titel identifiziert werden, die sich, aus welchen Gründen auch immer, derzeit nicht im Bestand der Bibliothek befinden, die aber unverzüglich angekauft werden sollten. Aus technischen Gründen ist eine derartige Analyse zur Zeit nur mit einem enormen, nicht zu vertretenden Aufwand leistbar.

Abgesehen vom Bestandsnachweis in unserem Gesamtkatalog und diversen Standortkatalogen haben wir auch Teilkataloge aufgebaut, mit denen wir bestimmte Benutzergruppen gezielt servizieren. So bieten wir derzeit Teilkataloge für das Medizin-Curriculum, für Dissertationen & Diplomarbeiten, für Pflegeliteratur oder für elektronische Ressourcen an. Gerne hat sich unsere Bibliothek auch beim Aufbau eines Fachportals für Augenheilkunde sowie für eine Thoraxchirurgische Literaturdatenbank eingebracht und wir unterstützen diese mit einem SDI-Dienst auch weiterhin.

Eine noch intensivere Kooperation mit den WissenschaftlerInnen bei der Akquisition von Content erhoffen wir uns durch die Inbetriebnahme unseres institutionellen Repositoriums.

Mark Buzinkay: Vielen Dank für das ausführliche Interview.

Link: <http://ub.meduniwien.ac.at/>

Ideen

Web 2.0

Wo Web 2.0 noch Sinn machen könnte:
Anwendungsbereiche

Web 2.0 ist in jedem Unternehmen zuhause

In den folgenden Absätzen möchte ich Anregungen geben, in welchen Funktionsbereichen einer Unternehmung der Web 2.0 Einsatz einen berechtigten Platz einnehmen könnte.

Fachblogs und online Communities sind kostenfreie Trendforscher

1] Management und Führung

Gerade die Formulierung von strategischen Zielen und Vorhaben benötigt entsprechende Informationen, die zur Entscheidungsfindung notwendig sind. Hier können wir auf das Web 2.0 als wertvollen Helfer zurückgreifen. Seien es Trends, die man beobachten will, Konkurrenzvergleiche oder Stimmungsbilder, das ist eine der Domänen von Web 2.0.

Im Bereich der Personalführung wird Web 2.0 häufig in der internen Kommunikation verwendet. Blog-Beiträge des Vorstands, Intranets mit RSS-Feeds und

2] Marketing

Marketing bietet hier sich geradezu an, steht doch im Web 2.0 die Nutzerorientierung im Vordergrund. Von Marktforschung, aktiver Pressearbeit, Imagebuilding, Branding, viralem Marketing, alles ist engstens mit Web 2.0 verbandelt.

3] Produktentwicklung

Durch die gemeinsame Entwicklung von Dienstleistungen mit dem Kunden ist man

mit Hilfe von Web 2.0 näher am Puls. Über Feedback, aktive Teilhabe oder gar Mitentwicklung spielen Web 2.0 Werkzeuge hier eine immer größere Rolle. Auch zur Dokumentation von Arbeitsfortschritten eignen sich Web 2.0 Dienste hervorragend – z.B. über Wikis.

Produktion

4] Produktion

In bestimmten Branchen können Web 2.0 Dienste auch im Bereich der Produktion dienlich sein, vor allem wenn es sich dabei um immaterielle Produkte / Dienstleistungen handelt: Inhalte (Berichte, Bilder, Videos) durch Nutzer, Erstellung von Katalogen, beratende Tätigkeiten von Usern für User, etc.

4] Vertrieb

Das Web allgemein bietet schon reichlich Möglichkeiten des Vertriebs. Web 2.0 erweitert aber dessen Möglichkeiten: von Kundenbewertungen, über das Selbstzusammenstellen von Produkten durch die Nutzer bis hin zu Verkaufskanälen über RSS sind die Möglichkeiten breit gestreut.

5] Logistik, Lagerhaltung

Das Web 2.0 offeriert daneben für immaterielle Güter Lagerplatz (=Speicher) und diverse logistische Lösungen (z.B. print on demand).

6] IT

Natürlich gilt das Web 2.0 Angebot auch für das weite Feld der IT-Aufgaben: von Mitarbeiter-Verwaltung über Software-Bereitstellung bis hin zu online-Bildbearbeitung ist alles drin.

Ideen

Web 2.0

Damit nichts vergessen wird:
Checkliste 2007

Web 2.0 bietet

- 1] ... in jedem Unternehmen Einsatzmöglichkeiten
- 2] ... Vorteile, die gerade KMUs eine Chancengleichheit gegenüber den „Großen“ wahren
- 3] ... Lösungen, die auch ohne großen Spezialistenstab umzusetzen sind

Zum Nachlesen: offline & online

- 1] Eine Empfehlung: „Erfolgreiches Management von Bibliotheks- und Informationsdienstleistungen“
- 2] Fachblogs zur erfolgreichen Umsetzung von Web 2.0 Prinzipien:
 - ❖ aus dem Bereich der Bibliotheken: <http://bibliothek.terapad.com>

WAS FEHLT XXXXXX

Diese Seite,

Tools

Web 2.0

Das Wissen zum Nachschlagen: Wikipedia

[Recherche]

Der Dienst Wikipedia

Wikipedia ist eine Enzyklopädie der Web 2.0 Generation: jeder kann mit seinem Wissen beitragen.

Link: <http://www.wikipedia.org>



Da jeder Artikel eine eigene URL besitzt, können diese einfach per Mail weitergeleitet werden.



Wikipedia ist das Tool zum schnellen Nachschlagen

Nutzen – wozu taugt es?

Je nach beruflichem Hintergrund benötigt man Hintergrundinformationen zu einem bestimmten Thema oder Begriff. Wikipedia ist online jederzeit und in verschiedensten Sprachen verfügbar. Die Qualität der Artikel ist durchschnittlich gut bis sehr gut. Ein Gegencheck ist aber sicherlich angebracht, vor allem wenn nur eine oder wenige Personen an der Erstellung des Textes beteiligt waren. Dies kann in der Historie nachgesehen werden.

Die Inhalte verweisen darüber hinaus auf verwandte Begriffe und externe Links. So kann ein Wissensgebiet gut durchforstet werden.

Praxis – wie setze ich es ein?

Das Benutzen von Wikipedia ist sehr einfach. Als Leser benötigen Sie nur einen Internetzugang, als Verfasser von Artikeln aber eine kostenlose Registrierung.

Die Navigation auf Wikipedia gestaltet sich ebenfalls als sehr trivial. Entweder über die Suche oder über die verschiedenen Möglichkeiten des Browsens: nach Kategorien, nach Schlagwörtern, nach Wissenschaften etc.

Als registrierter Nutzer können Sie Ihr Wissen weitergeben

Alternativen

Andere Sammlungen von Wissen basierend auf Webseiten sind Verzeichnisse. Hier eine Auswahl:

*Open Directory Project: <http://dmoz.org/>

*Yahoo Directory: <http://dir.yahoo.com/>

Tools

Web 2.0

Bookmarking – interessante Webseiten vormerken:
Diigo

[Recherche]

Der Dienst Diigo

Diigo dient in erster Linie dazu, interessante Fundstücke im Web zu sammeln, damit sie wieder gefunden werden.

Link: <http://www.diigo.com>



Mit Diigo kann man sich Notizen zu Webseiten machen

Nutzen – wozu taugt es?

Diigo ist ein typisches Web 2.0 Produkt: interaktiv, praktisch, Community-orientiert, personalisierbar. Diigo vereint vielen Features:

- ❖ Bookmarking (lokal oder online abrufbar und administrierbar)
- ❖ Speichern von Webseiten mit persönlichen Notizen
- ❖ Blog-Publishing Tool
- ❖ Such-Toolbar

Wozu brauche ich Diigo? Nehmen wir an, Sie recherchieren im Web zum Thema „Online Marketing“. Sie finden eine ganze Menge interessanter Seiten, und bald sind es so viele, dass Sie sich aufschreiben müssen, wo diese zu finden sind. Diigo hilft Ihnen dabei.

Um den Dienst von Diigo zu nutzen, braucht man ein Diigo-Konto, welches kostenlos zur Verfügung steht. Die Toolbar selbst benötigt Internet Explorer, Firefox oder Flock als Browser.

Praxis – wie setze ich es ein?

Das Bookmarking einer Seite fällt bei Diigo recht leicht – einfach den Diigo-Button in der Toolbar anklicken. In der nun erscheinenden Dialog-Box kann man eigene Tags und Kommentare einfügen. Ein gleichzeitiges Ablegen eines Bookmarks auf del.icio.us, Furl und anderen ist möglich.

Noch besser: einzelne Wörter oder Abschnitte können farblich hervorgehoben abgespeichert werden.

Die Suche kann sehr flexibel variiert, die zu nutzenden Suchmaschinen eingestellt werden. Zusätzlich zur normalen Suche lassen sich auch Blogs, regionale Einträge, Unterhaltungsmedien und andere spezielle Suchen durchführen. Eine Einschränkung der Suche auf die gerade offene Seite ist ganz nebenbei ein sehr nettes und praktisches Feature.

Die Bookmarks können per eMail oder RSS weiterverschickt werden, auch als ganze Seiten.

Alternativen

Andere Bookmarking-Services wären:

*Del.icio.us <http://del.icio.us>

*Shadows <http://www.shadows.com>

*Furl <http://www.furl.net>

*Yahoo's MyWeb:

<http://myweb.yahoo.com>

Tools

Web 2.0

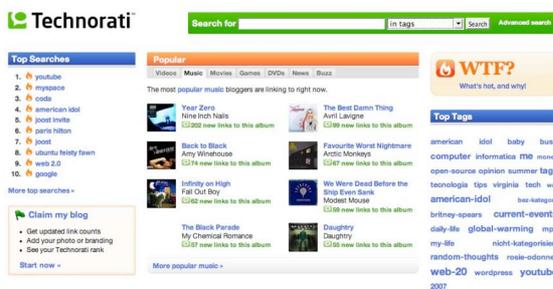
Taggregators – Inhalte verschlagworten: Technorati

[Recherche]

Der Dienst Technorati

Technorati ist eine Blog-Suchmaschine mit der Möglichkeit nach Tags zu suchen. Tags sind Schlagwörter, die die Nutzer / Produzenten für Webinhalte vergeben können.

Link: <http://www.technorati.com>



Tags werden oft auch in einer so genannten Tag-Wolke dargestellt. Beliebte Tags sind größer dargestellt als Tags, die weniger oft benutzt werden. So entwickelt sich mit der Zeit auch eine Art Sprache einer bestimmten NutzerInnen-Gruppe.

Praxis – wie setze ich es ein?

Das Benutzen von Technorati ist vielfältig und dient vor allem der Recherche nach Themen, Trends und Beiträgen. Die Tag-Suche kann im Suchfenster ausgewählt werden.

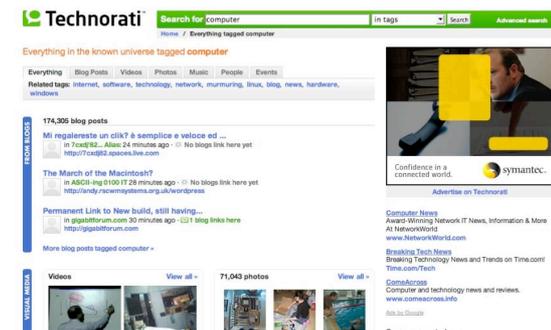
Aber auch ein Browsen durch diverse Kategorien, Tag-Wolken oder in verschiedenen Formaten wie Videos, News und Games ist möglich.

Eine Tag-Suche ist sehr lohnend und wird auf vielen Webseiten angeboten.

Eigene Web-Inhalte können mit Tags versehen und über einen Verständigungsdienst so übermittelt werden, dass sie in Technorati recherchiert werden können.

Nutzen – wozu taugt es?

Mit Technorati können Millionen von Webseiten mit Hilfe von Tags durchforstet werden. Eine Suche mit Suchmaschinen ist eine Stichwortsuche, d.h. der Suchbegriff, den ich eingabe, muss auch auf einer Webseite vorkommen, damit diese in der Trefferliste aufscheint.



Tags hingegen sind Schlagwörter, d.h. sie benennen einen inhaltlichen Kontext. Der Begriff selbst muss aber nicht auf der Webseite vorkommen. Das hat natürlich den Vorteil, dass ich sinnvollere Suchergebnisse erhalte.

Die Trefferliste einer Technorati-Suche bringt nicht nur Blog-Beiträge, sondern die ganze Palette an Multi-Media Inhalten an den Bildschirm. Und das in einer sehr schön gegliederten Form.

Tools

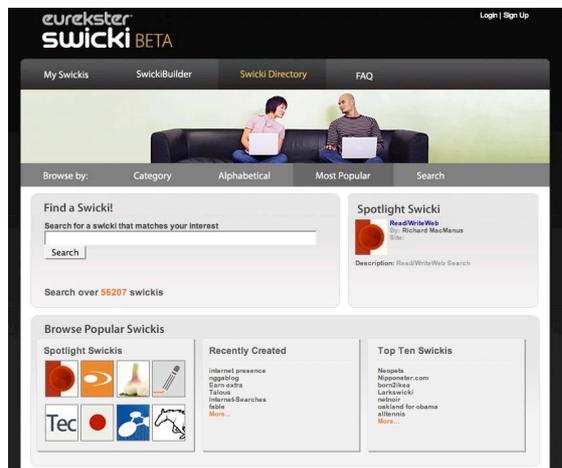
Themen-Suchmaschinen selbst gestalten: Swicki

Web 2.0 [Recherche]

Der Dienst Swicki

Swicki ist eine Suchmaschine, welche nach individuellen Vorstellungen Quellen aufnehmen und bearbeiten soll. So bilden sich viele Themen-spezifische Suchdienste heraus, die für eine Recherche ergiebig sein können.

Link: <http://swicki.eurekster.com>



Themenspezifische Suchen selbst erstellen oder nutzen

Nutzen – wozu taugt es?

Individuelle Suchmaschinen erlauben eine Suche in thematisch ganz engen Grenzen. Solche Werkzeuge lassen NutzerInnen ein Thema definieren und danach einen ganz speziellen Index aufbauen. Je öfters das Feintuning, desto besser die Ergebnisse.

Swicki erlaubt eine Definition des Suchbereichs mit Hilfe von Keywords und Webseiten. Swicki stellt gefragte Suchbegriffe in einer Tag-Wolke dar und lernt von den Suchanfragen der Community. Das heißt, dass jeder einzelne

NutzerIn einer spezifischen Swicki-Suche Einfluss darauf nimmt, welche Tags aufscheinen und welche nicht.



It's easy to build a swicki perfectly tailored to your site, blog or community.

Name your swicki: [required]

This will be the title of your search results page. Choosing a descriptive name such as "Fishing" will help others find you in the directory. Once you choose a name, you cannot change it.

Choose a layout that best suits your site or blog:

- Wide text module
- Narrow text module
- Short text module
- Wide multimedia module
- Medium multimedia module
- Narrow multimedia module
- Skinnv multimedia module

Praxis – wie setze ich es ein?

In rund 10 Minuten hat man den gesamten Vorgang im Swicki Builder von der Erstellung des Suchdienstes bis zur Registrierung abgeschlossen.

Das Interessante sind die Veröffentlichungs- und Erweiterungsmöglichkeiten. Die Swicki-Suche kann man in eine beliebige Webseite einbauen: es können sowohl ein Begriff in das Suchfeld eingeben als auch die Bilder oder Tags angeklickt werden.

Swicki bietet auf seiner Webseite auch ein Verzeichnis von bereits erstellten Swickis an. Das Directory ist aber sehr grob und nicht einfach zu durchforsten. Zusätzlich existiert noch eine Suchfunktion.

Alternativen

Hier eine Auswahl anderer Suchdienste, die individuell konfigurierbar sind:

- *Rolly: <http://www.rollyo.com>
- *Neomo <http://suchbaukasten.neomo.de>
- *PSS! <http://www.pssdir.com>

Tools

Antworten aus der Community: Yahoo Clever

Web 2.0 [Recherche]

Der Dienst Yahoo Clever

Yahoo Clever ist eine Fragen & Antwort Community. Fragen können an die Mitglieder gestellt werden, und Antworten stehen für jeden zur Verfügung.

Link: <http://de.answers.yahoo.com/>



Fragen zu stellen hat sich schon immer gelohnt

Nutzen – wozu taugt es?

In Suchmaschinen wird über Suchbegriffe gesucht, meist nicht mehr als mit 1–3 Wörtern. Oft sind Fragen aber viel komplexer, als das sie mit so wenigen Begriffen gut formuliert sind und Treffer ergeben. Eine Community, an die eine Frage gestellt wird, umfasst oft Tausende wenn nicht Hunderttausende Mitglieder. Hier liefern also Menschen Antworten.

Im Rahmen einer Recherche haben Fragen & Antworten-Dienste je nach Frageform und Gebiet eine Berechtigung.

Eine abgewandelte Form dieses Dienstes wäre ein Kundenservice (z.B. Hotline), welche mit Hilfe eines Chats abgewickelt wird. Teilweise werden schon Suchmaschinen optional mit menschlichen Gehilfen ausgestattet, falls man sie bei der Suche benötigt.

Praxis – wie setze ich es ein?

Für Yahoo Clever wird ein kostenloses Yahoo-Konto benötigt. Dabei ist die Frage-Antwort Börse nicht nur ein ständiges Nehmen, sondern auch ein Geben: Fragen sind in einem bestimmten Ausmaß erlaubt, müssen aber durch Antworten zu anderen Fragen wieder „ausgeglichen“ werden.

Die beste Antwort wird als „Lösung“ für die Anfrage in die Suchmaschinen-ergebnisse von Yahoo mitaufgenommen.

Die Fragen sind nach bestimmten Kategorien sortiert, so dass sehr leicht nach interessanten Fragestellungen (und deren Antworten) gesucht werden kann.

Alternativen

- Andere Frage&Antwort-Dienste:
- *MSN Live QnA: <http://qna.live.com>
 - *Wondir <http://www.wondir.com>
 - *Askville: <http://askville.amazon.com>
 - *ChaCha: <http://www.chacha.com>

Tools

Web 2.0

Zusammentragen von Nachrichten: Reddit

[Recherche]

Der Dienst Reddit

Nachrichten können auch von den Nutzern bewertet und verschlagwortet werden, nicht nur von den Content-Produzenten. Ein Werkzeug, das dies erlaubt, ist Reddit. Link: <http://www.reddit.com>



**Nachrichten sind nicht immer
Nachrichten – vieles findet sich
mit konventionellen Mitteln nicht**

Nutzen – wozu taugt es?

Wie bei allen anderen Diensten dieser Kategorie (so genannte „News Harvester“) geht es Reddit um eines: um Nachrichten, die nicht immer konventioneller Natur sind. Sprich deren Quellen müssen nicht AP, CNN und all die großen Medienkanäle sein. Vielmehr bedient sich Reddit der schier unübersehbaren Menge an lokalen und nationalen Zeitungen, Blogs und anderen online-Ressourcen, die die tägliche Nachrichtenflut qualitativ erweitern.

Die große Menge an Inhalten werden mit Hilfe Dritter „sortiert“: was die Community

für lesenswert empfindet, wird auch dementsprechend bewertet und erhält ein besseres Ranking, was letztlich immer mehr Leser anzieht.

Reddit liefert also Nachrichten, die man sonst eher nicht findet.

Praxis – wie setze ich es ein?

An der Bewertung und Integration von Content kann jeder teilnehmen, vorausgesetzt man ist bei Reddit registriert.

Das sich-Durchwühlen durch die Inhalte kann durch die Suchfunktion oder durch die Angebotenen Sub-Reddits erleichtert werden. Allerdings ist die Suche ein einfaches Eingabefeld ohne jegliche Einschränkungsmöglichkeiten.

Nachrichten aus Reddit können auch in die eigene Webseite integriert werden, der Code wird bereitgestellt.

Alternativen

Andere kollaborative News-Harvester sind:
*Digg: <http://www.digg.com>

*Netscape <http://www.netscape.com>

*Tailrank <http://www.tailrank.com>

*Pophub: <http://www.popurls.com>

Tools

Web 2.0

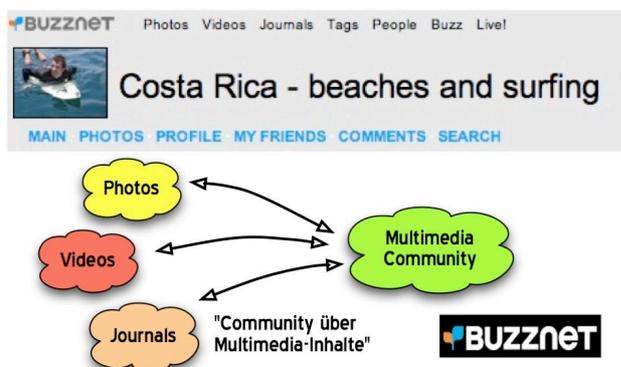
Bilder (und Videos) sagen mehr als 1000 Worte:
Buzznet

[publizieren]

Der Dienst Buzznet

Buzznet ist eine von vielen Foto-Sharing Seiten.

Link: <http://www.buzznet.com>



Praxis – wie setze ich es ein?

Für Buzznet wird zunächst ein (kostenloses) Konto benötigt. Bilder können über eine Schnittstelle direkt vom PC hinaufgeladen und in Kategorien organisiert werden.

Wichtig ist es, einen Community zu bilden – am besten über Kommentare bei anderen sowie über „Freundschaftsanfragen“. Die URL können Sie auch auf Ihrer Webseite veröffentlichen oder noch besser, Bilder direkt aus Buzznet einbinden.

Mit Buzznet können Sie ihre künstlerische Ader werbewirksam ausleben

Nutzen – wozu taugt es?

Foto-Sharing Plattformen sind ein sehr junges Medium, genauso wie Video- oder Musik-Plattformen. Fotos haben einen Sinn: aufzuzeigen. Das können Produkte sein, Events, Teamfotos, was auch immer. Man erhält eine gewisse Öffentlichkeit, die auf der eigenen Webseite schwer zu erreichen ist.

Nun, was sollte man auf jeden Fall beachten: der Stil der Fotos sollte zur jeweiligen Plattform passen. Bei Buzznet ist das ein gewisser künstlerischer Freiraum, einen Hang zur Ästhetik. Sonst erreicht das eigene Engagement nicht sein Ziel: Bekanntheit.

Alternativen

Andere Foto-Sharing-Plattformen gibt es viele. Die bekanntesten:

- *Flickr <http://www.flickr.com>
- *Picasa <http://picasa.google.com>
- *Zoto <http://www.zoto.com>
- *FotoFlix <http://www.fotoflix.com>

Video Dienste gibt es unter

- *YouTube <http://www.youtube.com>
- *Sharkle <http://www.sharkle.com>

Tools

Web 2.0

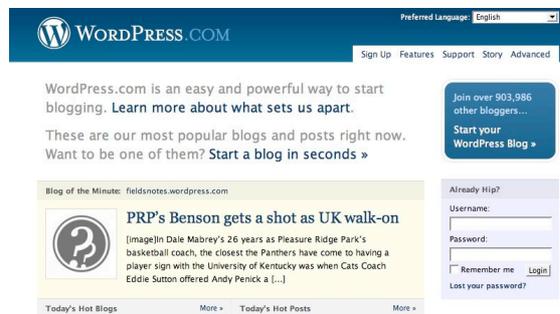
Ohne großes technische Vorwissen online veröffentlichen:
Wordpress.com

[publizieren]

Der Dienst Wordpress.com

Mit Wordpress.com erhalten Sie eine Blogging-Plattform, auf der Sie sich nur um eines kümmern müssen – um die Inhalte.

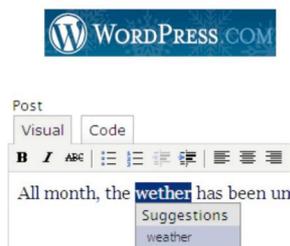
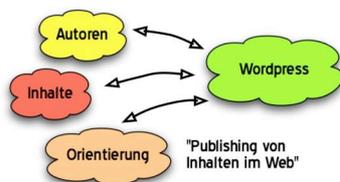
Link: <http://www.wordpress.com>



Bloggen geht nicht viel einfacher als mit Wordpress.com

Nutzen – wozu taugt es?

Das Schreiben in Blogs ist mittlerweile ein Massenphänomen geworden. Durch seine interaktiven Elemente wie Kommentarfunktion und das Verfolgen von Nachrichten in anderen Blogs haben solche Medien eine Menge PR-Kraft.



Blogs eignen sich sehr gut, mit potentiellen Kunden in Kontakt zu treten, Produktentwicklung gemeinsam(er) zu betreiben oder einfach „nur“ präsent und „live“ zu sein.

Praxis – wie setze ich es ein?

Für Wordpress.com wird ein Konto benötigt, welches zugleich das Blog selbst bedient.

Im Wesentlichen funktioniert ein Blog wie ein Content Management System: man ruft eine Post-Vorlage auf, schreibt seinen Text und veröffentlicht diesen.

Selbstverständlich gibt es hier eine ganze Menge an zusätzlichen Features, die einen Blog bereichern können: z.B. das Einbinden von Bildern, Musik, Videos.

Um Kommentar-Spam zu verhindern, sollte man auf jeden Fall Kommentare erst nach Prüfung zulassen.

Ein Beispiel für ein Blog ist mein eigenes Fachblog zum Thema Web 2.0: <http://www.buzinkay.net/blog-de/>

Alternativen

Blogging-Provider gibt es wie Sand am Meer. Eine Auswahl ist daher gar nicht so leicht:

- *Blogger <http://www.blogger.com>
- *Movable Type <http://www.movabletype.com>
- *Lifetype <http://lifetype.net>
- *Typepad <http://www.typepad.com> (kostenpflichtig)

Tools

Eine eigene Radiosendung? Podcasting

Web 2.0 [publizieren]

Zum Podcasting

Podcasting per se ist kein einzelnes Tool, sondern bezeichnet die Möglichkeit, Audio-Files via RSS regelmäßig und automatisch zu beziehen.

Link:

<http://www.jurawiki.de/AudioWerkstatt>



Um eine Sendung aber veröffentlichen zu können, bedarf es eines RSS-Feeds (z.B. <http://www.feedforall.com>). Über diesen Feed können dann Zuhörer die Sendung abonnieren und über Podcast Clients dann empfangen.

Sendungen können über spezielle Suchmaschinen recherchiert werden, z.B. <http://www.podzinger.com>

Podcast Clients:

- ❖ iTunes
- ❖ PlayPod
- ❖ Doppler

Nach dem gleichen Prinzip funktionieren auch Videocasts.

Podcasts sind selbst erstellte Audio-Sendungen im Web

Nutzen – wozu taugt es?

Podcasts eignen sich dazu, dass sie „nebenbei“ mitgehört werden können, wie eben Radiosendungen. Hörer von Podcasts laden sich regelmäßig ihre Lieblings-sendungen auf ihr MP3-Gerät oder PC.

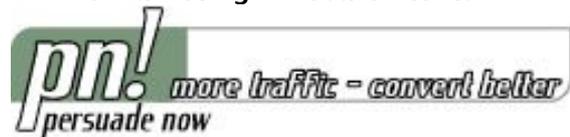
Für Podcast-Produzenten winkt der gleiche Lohn wie beim Bloggen: ein leichter Zugang zur Öffentlichkeit, für sehr wenig Geld.

Praxis – wie setze ich es ein?

Um Podcasts nutzen können, bedarf es zunächst der Erstellung von entsprechendem Audio-Material (siehe Link linke Spalte oben).

Anzeige

Online Marketing * Webarchitektur



Unsere Dienstleistungen:

- ❖ Konzeption und Gestaltung von Webseiten
- ❖ Suchmaschinen-Marketing (AdWords etc.)
- ❖ Suchmaschinen-Optimierung
- ❖ Analyse von Besucherverhalten

Online Marketing realisiert Ihre Erwartungen in ihre Webseite! Mehr Info unter:

<http://www.persuade-now.at>

ANZEIGE...

Tools

Web 2.0

State of the art beim Dokumentieren:
DokuWiki

[publizieren]

Der Dienst DokuWiki

Wikis eignen sich hervorragend als Dokumentationsplattformen für Teams. Nicht umsonst ist Wikipedia so eine Erfolg.

Link:

<http://wiki.splitbrain.org/wiki:dokuwiki>



wiki:dokuwiki-128.png



Praxis – wie setze ich es ein?

DokuWiki ist ein Wiki, das auf einen Webserver installiert werden muss. Nach der Installation kann das Wiki sehr individuell konfiguriert werden, so z.B. das Layout, der Zugang und die Rechte der Nutzer, und zahlreiche neue Funktionen mit Hilfe von Plug-Ins.

Gerade die Vielzahl an Plug-Ins ermöglicht es, DokuWiki funktional weiter auszustatten.

Alternativen

Die Vielfalt an Wiki-Software ist groß:

- *MediaWiki: <http://www.mediawiki.org/wiki/MediaWiki>
- *Jotspot (von Google): <http://www.jot.com/>
- *Netcopia (gehostet): <http://www.netcopia.com/>
- *pb-wiki: <http://pbwiki.com>
- *TWiki: <http://twiki.org/>

Wer eine komplette Übersicht benötigt, der ist <http://www.wikimatrix.org/> mit gut beraten.

DokuWiki ist ein einfaches Dokumentations-Tool

Nutzen – wozu taugt es?

Wikis generell sind ein sehr nützliches Werkzeug, wenn es darauf ankommt, „Dinge“ zu dokumentieren, also z.B. die Entwicklung einer Software, das Beschreiben eines neuen Produktes, das Abgleichen von Marktinformationen. Der besondere Vorteil eines Wikis liegt in seiner Einfachheit beim Schreiben, bei seiner Versionskontrolle und dem online Zugriff für die Redaktionsmitglieder.

Ein Wiki kann sehr schön gegliedert werden, nach Themen und Bereichen, es können verschiedene Nutzungsrechte vergeben werden, und ein individuelles Layout ist ebenfalls möglich.

Da jeder Artikel eine eigene URL besitzt, können diese einfach per Mail weitergeleitet werden.

Tools

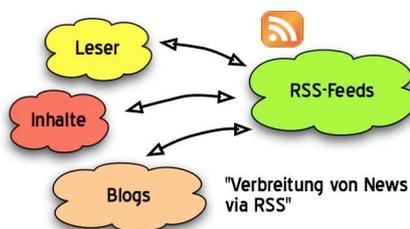
Web 2.0

Nachrichten versenden :
RSS

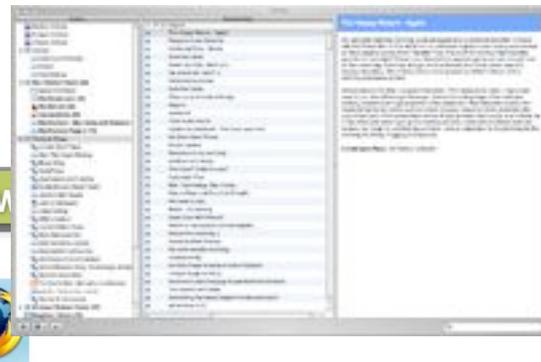
[publizieren]

Das Format RSS

RSS ist die Abkürzung für Really Simple Syndication und will meinen: Inhalte einer Webseite sind nicht nur zu abonnieren, sondern auch über diesen Format unabhängig von einer Webseite zu beziehen.



Da jeder Artikel eine eigene URL besitzt, können diese einfach per Mail weitergeleitet werden.



Mit RSS können eigene News weit, schnell und minutenaktuell verbreitet werden

Nutzen – wozu taugt es?

Mit RSS ist es gelungen, Inhalte auch aktuell zu übertragen – also nicht am nächsten Tag, sondern beinahe sekundengenau. Das ist für den Nutzer sehr praktisch, denn er kann Webseiten (oder auch Podcasts u.a. Medienformate) abonnieren, und erhält eine Benachrichtigung samt dem eigentlichen Inhalt geliefert.

Was heißt das für den Produzenten? Eine Sammlung von eMail-Adressen entfällt, Nutzer übernehmen die Verwaltung. Mehr noch, RSS-Feeds (das sind also die Quellen-Angaben) können auch auf verschiedene Bereiche einer Webseite zugeschnitten werden; so erhält jede Kategorie einen eigenen RSS-Feed.

Praxis – wie setze ich es ein?

Ein User kann nun einen sogenannten **Feedreader** benutzen, um die für ihn wichtigsten Schlagzeilen und Kurzbeschreibungen automatisch herunterzuladen und die gesammelten Artikel geordnet anzeigen zu lassen. Hierfür benötigt der Feedreader lediglich einen Link auf den RSS-Feed.

RSS-Feeds eignen sich auch zur Verarbeitung durch spezialisierte **Suchmaschinen** und Alert-Dienste. Beispielsweise können die Artikel innerhalb eines RSS-Feeds durch einschlägige Dienste nach Quellen oder Stichworten gefiltert und zu einem neuen RSS-Feed zusammengesetzt werden.

RSS-Reader

Es stehen eine Vielzahl an RSS-Readern zur Verfügung:

*RSSOwl <http://www.rssowl.org>

*Vienna (für Mac)

<http://www.opencommunity.co.uk/vienna2.php>

*Thunderbird: <http://www.thunderbird-mail.de>

Tools

Online Geschäfts- und Kundenbeziehungen aufbauen: XING

Web 2.0 [Netzwerke bilden]

Der Dienst XING

Xing ist ein Experten-Netzwerk, welches seine Mitglieder untereinander Beziehungen knüpfen lässt.

Link: <http://www.xing.com>



Mit XING interessante Kontakte knüpfen

Nutzen – wozu taugt es?

Business-Netzwerke wie XING (vormals OpenBC) sind nützlich, wenn es darum geht, sein persönliches Netzwerk über „natürliche“ Grenzen auszuweiten. Selbstverständlich müssen diese Beziehungen gepflegt werden, sonst wird aus einem XING-Kontakt nichts Erbauliches.

Kontakte aus XING lassen sich für zukünftige Geschäftsbeziehungen, gemeinsame Projekte, für Events, und auch für die Besetzung von offenen Stellen nutzen. In erster Linie ist XING also eine virtuelle Visitenkarte der eigenen Person. Netzwerke dieser Art werden auch zu Marketingzwecken eingesetzt – z.B. um eine möglichst große Community zu

entwickeln → hier sind Alternativen wie MySpace aber besser geeignet.



Praxis – wie setze ich es ein?

XING ist sehr einfach zu handhaben. Es gibt eine Profalseite, in der sämtliche Daten, die veröffentlicht werden wollen, abgelegt sind. Zudem existieren Werkzeuge, mit denen man mit anderen XING-Mitgliedern in Kontakt treten kann (z.B. die Suchfunktion, Mail, etc.).

Beziehungen heißen in XING „Kontakte“ und werden über Anfragen an eine konkrete Person erstellt. Über das Kontaktnetz anderer XING-Mitglieder lassen sich weitere, interessante „Profile“ finden.

XING ist in einer Basisversion kostenlos; eine funktional erweiterte Version („Premium“) ist hingegen kostenpflichtig.

Alternativen

Andere Netzwerke dieser Art sind, wobei es hier geographische Schwerpunkte zu beachten gilt:

- *Facebook <http://www.facebook.com>
- *MySpace <http://www.myspace.com>
- *Orkut <http://orkut.com>
- *LinkedID <http://www.linkedin.com>

Tools

Der Klassiker früherer Communities – ein Forum: phpBB

Web 2.0 [Netzwerke bilden]

Das Tool phpBB

Hinter dem holprigen Namen phpBB verbirgt sich eine der populärsten Forum-Software-Dienste.

Link: <http://www.phpbb.com/>



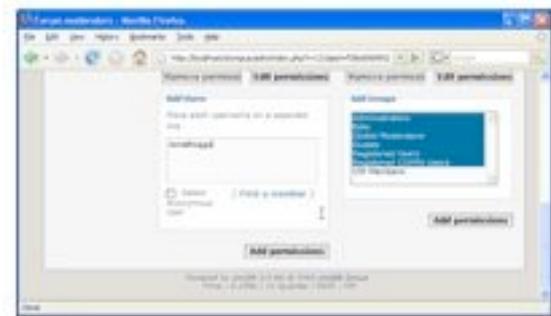
Ein Forum wie mit phpBB kann ein wichtiges Instrument zur Kundenansprache sein

Nutzen – wozu taugt es?

Neben dem offensichtlichen Grund, eine Community für ein Produkt / Thema aufzubauen, zu betreuen und mit relevanten Informationen zu versorgen, bietet ein Forum vor allem für die registrierten LeserInnen die Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen. Das ist meist dann der Fall, wenn Schwierigkeiten in der Bedienung eines Produkts auftreten.

Damit bietet ein Forum für Unternehmen nicht nur die Möglichkeit, rasch auf sich häufende Problemfälle zu reagieren, sondern auch sehr viel über die Wünsche und Meinungen von Kunden zu erfahren, die sonst in mühsamen Aktionen eingeholt werden müssten.

Eine typische Anwendung für ein Forum ist ein Support-Forum.



Praxis – wie setze ich es ein?

phpBB ist Software, die auf einem Webserver installiert werden muss. Dazu bedarf es auch einer MySQL Datenbank.

Die Installation erlaubt sehr viele Adaptierungen auf die eigenen Bedürfnisse. Eine entsprechende Dokumentation (auch mit Hilfe von Kurz-Videos) ist auf der Seite von phpBB erhältlich. Die Software ist zudem kostenlos.

Mit phpBB lassen sich Moderatoren definieren, aber auch die Möglichkeiten von NutzerInnen, verschiedene Funktionen wie email, Filter und Sicherung sowie zahlreiche Layout-Einstellungen für die Integration in die eigene Webseite.

Alternativen

- Andere Forum-Software wäre:
- *InstantBulletin <http://www.instantbulletin.com/>
 - *ProBoards <http://www.proboards.com/>
 - *World Crossing <http://www.worldcrossing.com/>

Tools

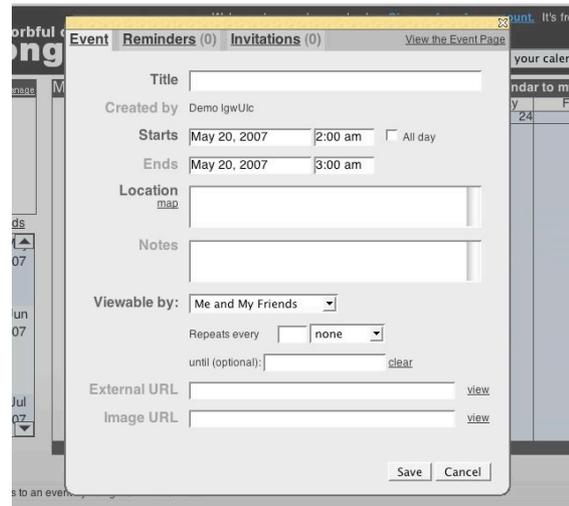
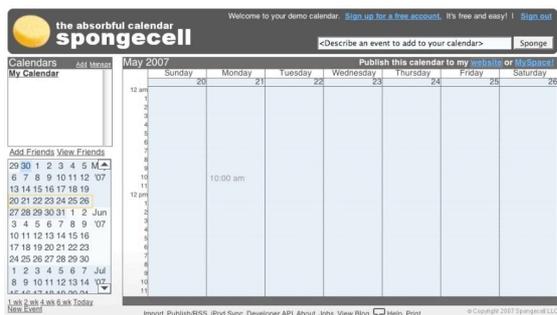
Online Kalender und Event-Management: Spongecell

Web 2.0 [virtuell arbeiten]

Der Dienst Spongecell

Spongecell lässt ihre öffentlichen und privaten Termine online bearbeiten.

Link: <http://spongecell.com/>



Online Kalender sind die Basis für virtuelle Teams

Nutzen – wozu taugt es?

Online Kalender sind aus mehreren Gründen überlegenswert: hat man Internet-Zugang, so ist wirklich nur „ein“ Kalender notwendig. Dieser kann auch gesplittet werden, so dass mehrere Sichten auf einen Kalender entstehen.

Gerade bei virtuellen Teams und Projekten über geographische Entfernungen ist ein gemeinsamer online Kalender eine sehr feine Angelegenheit: Terminkoordination, Deadlines, gemeinsame Events.

Im Bereich des Kundenservice können bestimmte Events auf der eigenen Webseite über den online Kalender veröffentlicht werden.

Praxis – wie setze ich es ein?

Spongecell benötigt eine kostenlose Registrierung, damit es genutzt werden kann.

Termine können innerhalb des Teams mitgeteilt werden – dazu werden die Kontaktdaten der anderen Mitglieder benötigt. Eine Veröffentlichung auf einer eigenen Webseite bedarf der Einbettung von ein wenig HTML-Code, welcher von Spongecell geliefert wird. Das Aussehen kann man hierbei sehr einfach selber festlegen.

Das Anlegen eines Termins geht über eine Eingabemaske schnell und einfach. Es können für jeden Termin Einladungen ausgesickt werden.

Alternativen

Andere Online Kalender unter vielen wären:

- *Google Calendar <http://calendar.google.com/>
- *Jotlet <http://www.jotlet.net/>
- *CalendarHub <http://www.calendarhub.com/>

Tools

Web 2.0

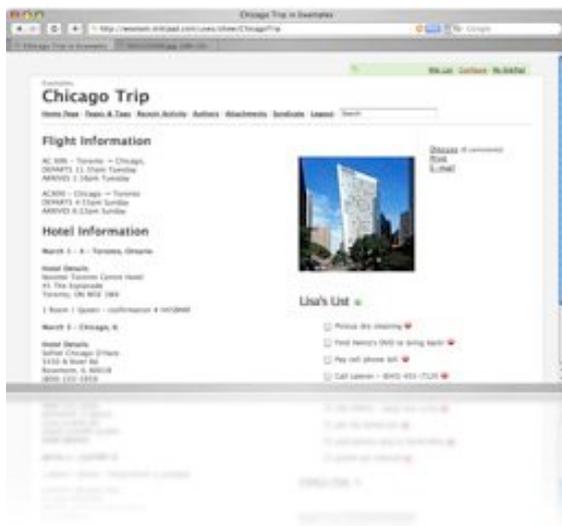
Gemeinsam arbeiten, dokumentieren und kommunizieren:
Stikipad

[virtuell arbeiten]

Der Dienst Stikipad

Wie andere online Organizer bietet Stikipad alles, was virtuelle Teams benötigen.

Link: <http://www.stikipad.com>



Mit einem Online Organizer ist
virtuelles Arbeiten möglich

Nutzen – wozu taugt es?

Online Organizer enthalten oft eine ganze Suite an Funktionen, die für virtuelle Teams notwendig sind: gemeinsame Arbeitsplätze, Dokumentation, Foren oder andere Kommentarmöglichkeiten, Reiseplanung, Aufgabenmanagement, To-do-Listen, Nutzer-Verwaltung und vieles mehr.

Praxis – wie setze ich es ein?

Für Stikipad kann man sich kostenlos registrieren (es gibt auch kostenpflichtige

Versionen mit erweiterten Features) und sofort nutzen. Keine Installation, kein technisches Vorwissen sind nötig.



Die Arbeitsoberfläche ist sehr großzügig und klar. Ein Tutorial zeigt die Nutzung – wirklich sehr einfach. Mit der integrierten Suchfunktion können zudem alle Bereiche eines StikiPads durchforstet werden.

Ein StikiPad basiert auf einem Wiki. Das Basis-Paket ist bezüglich des Speichervolumens limitiert.

Alternativen

Andere Tools für virtuelle Teams sind unter anderem:

- *Zoho Office Suite <http://www.zoho.com/virtual-office/>
- *Schtuff <http://www.schtuff.com/>
- *TasksPro <http://www.taskspro.com/>
- *Trackslife <http://www.trackslife.com/>
- *Box.net – virtueller Speicher <http://www.box.net>

Tools

Web 2.0

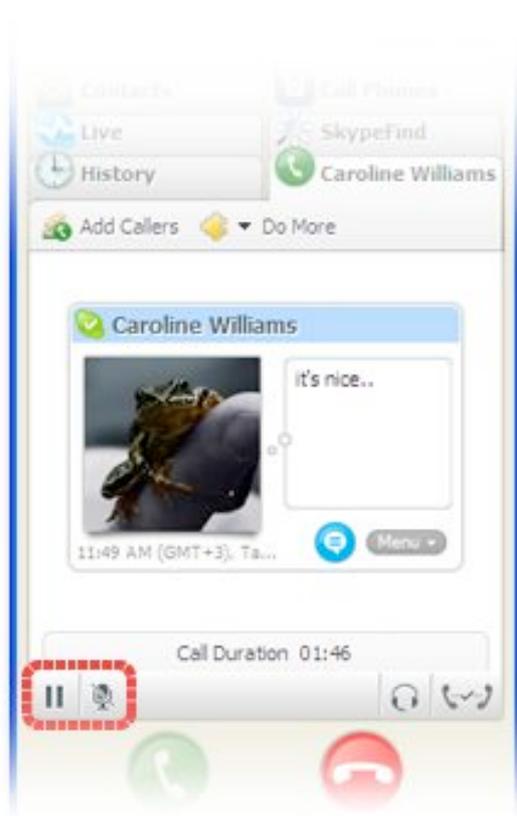
Kommunikation über's Web – ein Klassiker:
Skype

[virtuell arbeiten]

Der Dienst Skype

Skype ist das beliebteste Tool für online Kommunikation derzeit.

Link: <http://www.skype.com>



Skype ist nicht nur „Telefon“

Nutzen – wozu taugt es?

Skype ist ja schon seit längerem ein beliebtes Tool im Web. Online telefonieren gratis, das war schon immer das Zugpferd von Skype. Aber Skype kann viel mehr.

Für virtuelle Teams ist es wichtig, über verschiedene Kommunikationskanäle zu verfügen – so z.B. über Chat, über File-Transfer oder eine Video-Konferenz. Auch Konferenz-Telefonate sind mit bis zu 10 TeilnehmerInnen mittlerweile möglich.

Zusätzlich existieren kostenpflichtige Dienste wie Anrufe auf einer Festnetz- oder Mobiltelefonnummer, eine VoiceMail, SMS etc.

Praxis – wie setze ich es ein?

Skype muss zunächst installiert werden. Skype wird für verschiedenste Betriebssysteme angeboten, am weiterentwickeltesten ist aber jene für Windows. Die Software erhält man auf der Skype-Seite. Anschließend wird ein eigenes Konto eingerichtet, welches als Rufnummer dient.

Die Webseite von Skype bietet einen reichen Fundus an Hilfeseiten an.

Und nicht vergessen: Skype wie andere VoIP Dienste benötigen eine Internet-Verbindung, um funktionieren zu können. Das ist auch bei Telefongeräten notwendig, die nicht notwendigerweise auf einen laufenden Computer angewiesen sind.

Alternativen

Andere Online Kalender unter vielen wären:

*Jajah <http://www.jajah.com>

*Soonr <http://www.soonr.com>

*3bubbles (nur Chat)

<http://www.3bubbles.com>

*Geese (nur Chat)

<http://www.geesee.com/>

Tools

Web 2.0

Online Konferenzen mit gemeinsamem Bildschirm: Vyew

[virtuell arbeiten]

Der Dienst Vyew

Vyew ermöglicht Teams online zusammen zuarbeiten und live Konferenzen abzuhalten.

Link: <http://www.vyew.com>



Vyew ist Präsentations- und Lehrsoftware, ein Klassenzimmer genauso wie ein Besprechungsraum

Nutzen – wozu taugt es?

Sie möchten Kunden eine Lösung präsentieren? Oder mit ihrem Verkaufsteam eine Neuerung besprechen? Das löst mal sehr schnell, sehr einfach und unmittelbar mit Online Conferencing Werkzeugen wie Vyew.

Man kann sich Vyew am besten als einen virtuellen Raum vorstellen, wo ein Moderator seine Folien präsentiert und die

anderen dazu Fragen stellen. Dem Moderator stehen dabei diverse Zeige- und Zeichenfunktionen zur Verfügung, die die Anwesenden sehen können.

Vyew ist auch für den IT-Laien gut handhabbar, es sind keine technischen Kenntnisse notwendig. Neben kostenpflichtigen Varianten gibt es auch eine kostenlose Version von Vyew, die für die meisten Fälle ausreichend sein sollte.

Praxis – wie setze ich es ein?

In der Praxis eröffnet der Moderator mit seinem kostenlosen Zugriff einen eigenen Konferenzraum, der nur für geladene Gäste betretbar ist. Die Einladung wird per Vyew-Funktion verschickt.

Folien können auf die Vyew-Oberfläche geladen und auch weiterbearbeitet werden. Außerdem kann der Moderator andere Teilnehmer an die „Tafel“ rufen und ihnen die Zeigewerkzeuge überlassen.

Kommunikation kann über Chat erfolgen, wird aber meist als VoIP (siehe Skype) oder als normale Telefon-Konferenzschaltung realisiert. Vorteil des Chats: es kann ein Protokoll automatisch angefertigt werden.

Eine Software Installation ist nicht notwendig, es ist alles Web-basiert.

Alternativen

Andere Conferencing Tools unter vielen wären:

- *Zoho Meeting <http://meeting.zoho.com/>
- *Yuuguu <http://www.yuuguu.com/>
- *Teamslide <http://www.teamtodo.com/>
- *SkyFexFree <http://www.skyfexfree.com/>

Tools

Web 2.0

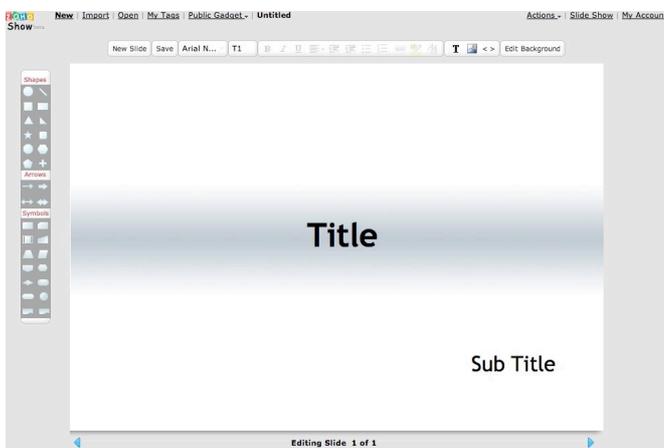
Präsentationen online erstellen und vorführen
Zoho Show

[virtuell arbeiten]

Der Dienst Zoho Show

Zoho Show ist eine Art online PowerPoint – Slides erstellen und vorführen geht ruck-zuck.

Link: <http://show.zoho.com/>



Slides auch in Zoho Show hinauf laden, damit andere diese auch sehen können.

Wie Vyew verlangt auch Zoho Show keinerlei IT-Kenntnisse. Es ist ein beinahe spielerischer Ansatz.



Praxis – wie setze ich es ein?

Zoho Show funktioniert wie PowerPoint: man kann einzelne Folien erstellen, und zwar mit Hilfe von Text, Bildern und Grafiken. Alle diese Gestaltungsmöglichkeiten stehen den Zoho-NutzerInnen zur Verfügung.

Ein fertiger Foliensatz kann publiziert werden und mit anderen (eingeladenen) Nutzern ausgetauscht werden. Dokumente können zusätzlich verschlagwortet werden, damit eine leichtere Auffindbarkeit gegeben ist.

Eine Software Installation ist nicht notwendig, es ist alles Web-basiert.

Alternativen

Andere Conferencing Tools unter vielen wären:

*AuthorStream

<http://www.authorstream.com/>

*Slide <http://www.slide.com>

*Slideshare <http://slideshare.net/>

Zoho Show ist ein recht beliebtes Präsentationstool.

Nutzen – wozu taugt es?

Sie haben eine Präsentation erstellt, die nicht auf dem Rechner Ihres Gesprächspartners kompatibel ist? Oder sie wollen schlicht keine fremden Windows-Dateien auf ihre Rechner laden?

Das sind nur zwei von einigen Gründen, warum Präsentationsdateien online erstellt und auch zur Verfügung gestellt werden sollten. Ein weiterer ist die Möglichkeit, gemeinsam an einer Präsentation zu arbeiten, und doch Kilometer weit auseinander. Wenn Sie lieber mit PowerPoint arbeiten, dann können Sie die

Tools

Web 2.0

Online Umfragen und Abstimmungen: Zoho Polls

[virtuell arbeiten]

Der Dienst Zoho Polls

Zoho Polls ermöglicht individuelle Umfragen zu gestalten und online durchzuführen.

Link: <http://polls.zoho.com/>



Mit online Umfragen erhalte ich Ergebnisse rasch und kostengünstig

Nutzen – wozu taugt es?

Online Umfragen eignen sich aus zwei Gründen: sie sind sehr schnell umzusetzen (bei Zoho Polls in wenigen Minuten, wenn man weiß, was man fragen will) und sehr kostengünstig.

Dies eignet sich besonders, um Entscheidungen in einem virtuellen Team zu finden, oder Abstimmungen vorzubereiten. Umfragen können aber auch als Stimmungsbarometer bei Kunden eingesetzt werden oder künftige Produktfeatures abfragen. Der Phantasie sind hier keine Grenzen gesetzt.

Praxis – wie setze ich es ein?

Zoho Polls benötigt zunächst eine kostenlose Registrierung, und schon kann es zur Gestaltung einer Umfrage gehen.



Die Umfrage ist aber sehr einfach – d.h. es kann nur „eine“ Frage gestellt werden. Richtige Umfragen müssen mit anderen Werkzeugen gemeistert werden.

Das Tool ist leicht handhabbar und kann sowohl für öffentliche wie auch private Umfragen genutzt werden. Eine Variation ist eine Wertung mit Hilfe von „Sternen“.

Ein Export als Excel-Datei ist möglich, und auch die Veröffentlichung des Resultats online ist optional.

Zoho bietet eine ganze Reihe an Arbeitswerkzeugen für virtuelle Teams an – siehe <http://www.zoho.com>

Alternativen

Andere Umfrage-Dienste wären:

- *Imedia <http://www.imedialearn.com/mediapoll/>
- *Quimble <http://www.quimble.com/>
- *StellarSurvey <http://www.stellarsurvey.com>
- *Vizu <http://www.vizu.com/>
- *FreeOnlineSurvey: <http://freeonlinesurveys.com>
- *Formassembly: <http://formassembly.com>

Tools

Web 2.0

Damit nichts vergessen wird:
Checkliste 2007

Tools zum Recherchieren ...

- 1] Online Verzeichnisse und Nachschlagewerke wie mit Wikipedia
- 2] Fundstücke markieren (Bookmarking) und teilen wie mit Diigo
- 3] Inhalte nach Schlagworten suchen wie mit Technorati
- 4] Themen Suchmaschinen definieren und nutzen wie mit Swicki
- 5] Antworten aus der Community erhalten wie mit Yahoo Clever
- 6] Nachrichten zusammentragen wie mit Reddit

Tools zum Publizieren

- 1] Bilder und Videos veröffentlichen wie mit Buzznet
- 2] Eigene Gedanken und Ideen unter's Volk bringen wie mit Wordpress
- 3] Selbst mit Radiosendungen „on Air“ gehen – über's Podcasting
- 4] Projekte dokumentieren wie mit DokuWiki
- 5] Andere über die eigenen Publikationen am laufenden halten – mit RSS

Tools für das virtuelle Arbeiten

- 1] Netzwerke aufbauen wie mit XING
- 2] Online Kalender für Terminkoordination nutzen wie mit Spongecell
- 3] Ein virtuelles Büro einrichten wie mit Stikipad
- 4] Online Kommunikation vielfältig einsetzen wie mit Skype
- 5] Umfragen und Abstimmungen online durchführen wie mit Zoho Polls

Mehr.. zum Nachschlagen: Web 2.0 Ein Überblick zu Informationsquellen

Informationsquellen zu Web 2.0

Wer mehr zu Web 2.0 wissen möchte, der wird sich hauptsächlich an das Internet wenden. Der Vorteil gegenüber gedruckten Büchern und Heften ist die Aktualität – da sich das Umfeld sehr rasch verändert, wird Information – wie in diesem eBook – in rund einem Jahr zur Hälfte veraltet sein. Bücher eignen sich also gut zum Einstieg, um die Prinzipien kennenzulernen und eine solide Basis aufzubauen.

Literatur

Fangen wir also bei diversen Basis-Werken an. Zum Thema „Web 2.0“ generell gibt es einiges – schauen Sie mal auf <http://www.idea-lounge.net/books.html>!

Meine persönlichen Literatur-Empfehlungen stehen auf der nächsten Seite. Spezielle Literatur zu bestimmten Diensten habe ich ja schon in den vorangegangenen Abschnitten angegeben.

Es lohnt sich, diverse Bibliothekskataloge nach entsprechender Literatur zu durchsuchen – Sie werden überrascht sein, was es dort nicht alles gibt!

D: http://www.hbz-nrw.de/produkte_dienstl/germlst/index.html

Ö: <http://opac.obvsg.at/acc01>

CH: <http://www.switch.ch/libraries/>

International: <http://www.ubka.uni-karlsruhe.de/kvk.html>

Online Quellen

Hier ist es völlig unmöglich, eine jede Quelle aufzulisten – erstens, weil sich das Angebot laufend verändert, zweitens, weil sehr viele Spezialisierungen gibt. Daher erstmal ein paar Überblicksseiten:

* Tim O'Reilly:

http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web_20_compact.html (in Englisch)

* Web 2.0 Dienste:

<http://www.go2web20.net/> (in Englisch)

* Web 2.0 Verzeichnis:

<http://web2.econsultant.com/> (in Englisch)

Und nun noch ein paar Blogs, die sich mit dem Thema beschäftigen (ausschließlich nun in deutscher Sprache):

Recherchen: <http://recherchenblog.ch>

Bibliotheken: <http://log.netbib.de/>,
<http://bibliothek.terapad.com/>

Virtuelle Welten:

<http://jintan.wordpress.com/>

Lehre: <http://edublog-phr.kaywa.ch/>

Wissensmanagement:

<http://wissensmanagement.terapad.com/>

Und natürlich auch mein eigenes Web 2.0 Fachblog: <http://www.buzinkay.net/blog-de/>

Mehr..

Web 2.0

Zum Nachschlagen & Vertiefen:
Buchempfehlungen

Die Suche.

Das Buch ist eine leicht zu lesende und sehr persönliche Einführung in die Geschichte der Suchmaschinen und der Suche allgemein. Das Interesse des Autors für geschäftliche Vorgänge, Strategien und Geschäftsentscheidungen sind für die Börsen-interessierten LeserInnen besonders spannend. Mit diesem Buch schauen Sie in die Karten von Google & Co und wie die Geschäftswelt revolutioniert wird – auch was das Marketing und den Vertrieb von Bibliotheksdienstleistungen betrifft. Ohne Zweifel, das Buch lebt am Puls der Zeit.

Bibliographische Angaben:

John Battelle: Die Suche. Kulmbach, Börsenmedien AG, 2006, 1. Auflage; ISBN: 3-938350-11-3; Preis ca. 30 Euro (neu).

Rezension

<http://www.buzinkay.net/blog-de/2006/06/john-battelle-die-suche-eine-buchrezension/>

Web 2.0

Tom Alby liefert mit diesem Buch einen guten Einstieg in die Welt von Web 2.0. Es behandelt im Wesentlichen die Charakteristika von Web 2.0 Anwendungen, zahlreiche Tools und abschließend einen breiten Überblick über die Blogging-Szene in Deutschland. Letzteres ist als Interview abgedruckt.

Bibliographische Angaben:

Tom Alby: Web 2.0. Konzepte, Anwendungen, Technologien; Hanser Verlag München, 2007, ISBN-13: 978-3-446-41208-8; Preis ca. 20 Euro (neu).

Rezension

<http://www.buzinkay.net/blog-de/2007/06/tom-alby/>

Mehr.. Know-How: Seminare, Lehrgänge & anderes Web 2.0



Lebenslanges lernen

Web 2.0 Anwendungen sind – was ihr Anspruch ist – sehr intuitiv und Nutzerfreundlich. Ja, sie sind speziell für Laien erstellt worden, um eine möglichst große Verbreitung zu erlauben. Trotzdem haben Seminare, Lehrgänge und andere Veranstaltungen einen Sinn: man erhält viele praktische Tips, Antworten auf individuelle Fragen und Unterstützung bei Problemen.

Lernangebote

Ich persönlich bin als Trainer und Berater tätig und habe folgende Lehr-Angebote in der Vergangenheit angeboten und durchgeführt:

1] Klassiker: Tagesseminare

In solchen Tagesseminaren (als Firmenschulung oder als offenes Seminar, z.B. bei <http://www.onb.ac.at/brainpool>) wird ein Überblick vermittelt, Praktisches ausprobiert, und natürlich viel über Einsatzmöglichkeiten diskutiert.

Eine Variation ist es, ein bestimmtes Thema (z.B. Blogging) in den Mittelpunkt eines Tagesseminars zu stellen. Dann entwickelt sich daraus eher ein Workshop, der mit konkreten „Ergebnissen“ (wie einem fertigen Blog z.B.) endet.

Kontakt: [office\[at\]buzinkay.net](mailto:office@buzinkay.net)

2] 10-Minuten-Lernen: Pro Lessons

Eine recht neue Idee ist, zeit- und ortsunabhängig zwei-/dreimal pro Woche

insgesamt 1 Stunde für das eigene Web 2.0 Lernprogramm aufzuwenden.

Mit einer Mischung aus Lern-Abo und anleitenden Lern-Inhalten, die online zur Verfügung gestellt werden, können Sie ihr eigenes Lerntempo vorgeben. Das Entscheidende ist: Sie können Ihre Fragen über die Kommentarfunktion mit dem Trainer abklären oder aktuelle Fragen aus dem Betrieb besprechen.

Info: www.idea-lounge.net/pro-lessons-about.html

3] Web 2.0 als online-Lehrgang

Das Web 2.0 Surf Camp ist eine Art virtueller Workshop. Dieser ca. 6-wöchige Lehrgang vermittelt Know-How nicht nur über Information, sondern über das Anwenden von Web 2.0 Tools.

Schwerpunkte dieses Lehrgangs sind der Umgang mit Web 2.0 Diensten als auch das Arbeiten in virtuellen Teams.

Info: www.idea-lounge.net/web20-surfcamp-about.html

4] Tool-Seminar: Basic classes

Als Einführung in ein Themengebiet (z.B. Blogging) eignen sich die Basic classes: auch sie sind virtuell, d.h. Sie lernen wann Sie wollen. Das Besondere daran ist aber die Möglichkeit, inkludierte Beratungsleistungen in Anspruch zu nehmen. Damit haben Sie die Vorteile von eLearning und Präsenzveranstaltungen vereint!

Info: www.idea-lounge.net/basic-classes-about.html

5] Web 2.0 Beratung

Wenn Sie darüber hinaus im Rahmen eines Informationsprojektes Beratung zu Web 2.0 benötigen, so stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Kontakt: [office\[at\]buzinkay.net](mailto:office[at]buzinkay.net)

Über

Ratgeber 2007

noch ein paar Notizen:

Impressum, Kontakt und Copyright

Impressum, Kontakt und Copyright

Mark Buzinkay, Grabenweg 4b, 6850 Dornbirn, Österreich

www.buzinkay.net office@buzinkay.net



Bei Fragen, Anregungen oder Wünschen wenden Sie sich bitte unter obiger e-Mail Adresse direkt an den Autor. Er wird sich so schnell wie möglich bei Ihnen melden. Vielen Dank!

Zum Copyright: Sie können dieses Dokument unter Angabe des Urhebers und der folgenden URL (<http://www.buzinkay.net/web20-kmu.html>) als Quelle gerne vervielfältigen, ausdrucken und weitergeben.