

Das neue Gegenüber auf dem Bildschirm

Am durchschnittlichen Computer-Arbeitsplatz werden sich die aktuellen IT-Trends vor allem in der Form von Microsofts Office 2007 bemerkbar machen. Und weiterhin verändert das Internet unser (Berufs-)Leben.

Von Mario Aeby

Das kürzlich veröffentlichte Betriebssystem Windows Vista und das Büro-Paket Office 2007 führen den Ausblick auf das aktuelle IT-Jahr an. Die Gründe sind relativ simpel: Einerseits kommt die Mehrheit der Büro-Angestellten täglich mit einem Betriebssystem und mit dem Office-Paket von Microsoft in Kontakt. Andererseits hat der Softwarekonzern eine derart gigantische Werbekampagne aufgezogen, dass daran fast nicht vorbeizukommen war. Doch was erwartet dabei die Arbeitnehmenden?

Microsoft Windows Vista – erster Kontakt zu Hause

Eigentlich war die Fertigstellung von Windows Vista bereits für das Jahr 2003 geplant – der ambitionierte Termin wurde vom Softwarekonzern aber um meh-

Umgewöhnung ist angesagt, wo Office 2007 eingeführt wird.

rere Jahre verfehlt. Viele der versprochenen bahnbrechenden Funktionen mussten trotz der langen Entwicklungszeit entweder arg zurückgestutzt oder gleich ganz gestrichen werden. Die grossen Neuerungen fehlen deshalb.

Ausser einer überarbeiteten Benutzeroberfläche bietet Vista kaum Neues, monieren Kritiker. Dem ist nicht ganz so: Unter der Haube hat sich einiges geändert – ob diese Verbesserungen aber ausreichen, um Unternehmen zu einem raschen Software-Upgrade zu bewegen, wird sich zeigen müssen. Möglicherweise wird es noch einige Monate oder gar Jahre dauern, bis Vista in den Unternehmen grossflächig im Einsatz stehen wird. Führungskräfte im IT-Bereich überlegen sich sogar, Windows Vista zu überspringen und stattdessen auf den Nachfolger mit dem Codenamen Windows 7 zu warten.

Gründe für die Skepsis: Zu gewöhnungsbedürftig ist die neue graphische Benutzeroberfläche «Aero», zu hoch die Anforderungen an die Hardware, zu gering der Zusatznutzen für den Geschäftsalltag im Büro. Während die neuen, verbesserten Sicherheitsfunktionen den Heimanwender vor Gefahren aus dem Internet schützen, könnten diese in der Geschäftswelt unvorhergesehene Komplikationen mit bestehender Unternehmens-Software produzieren.

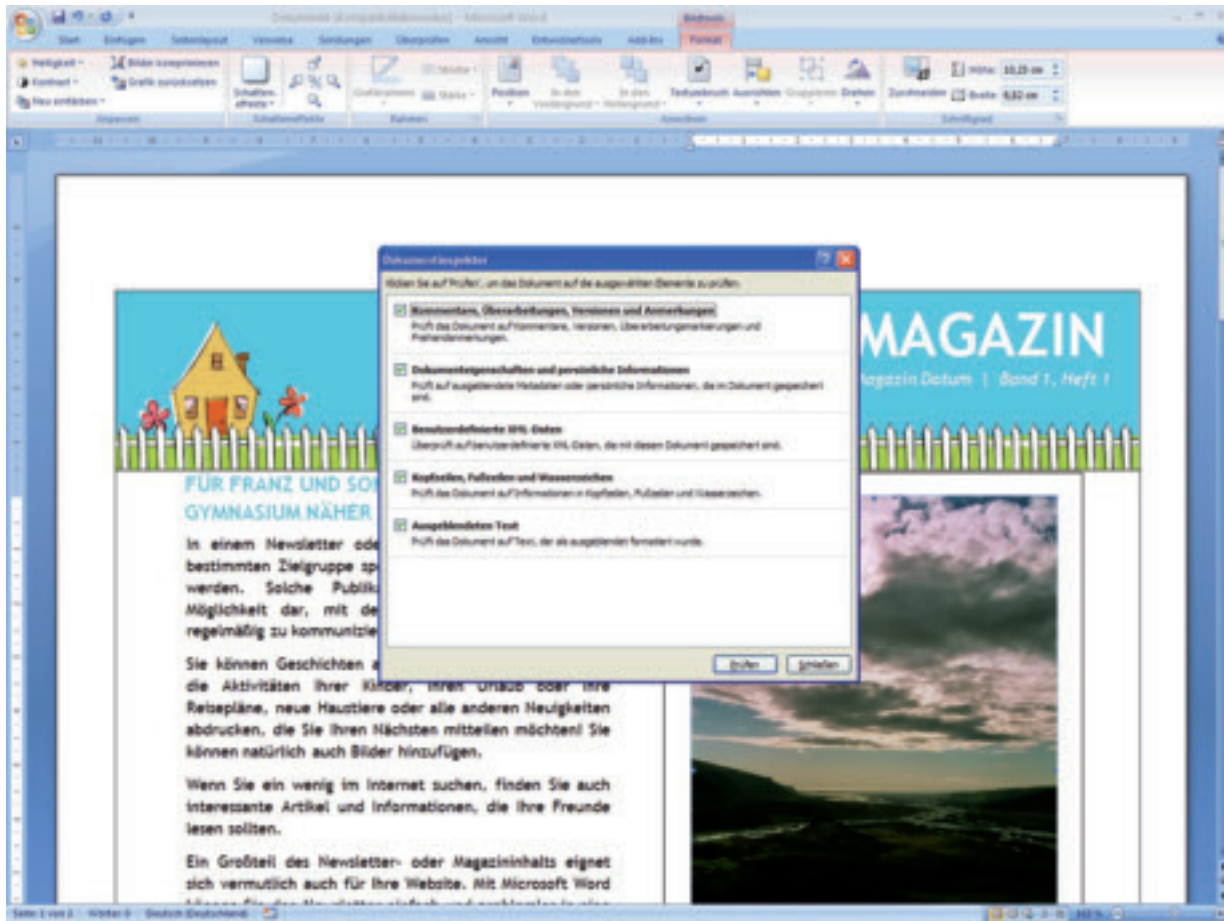
Anwender im Unternehmen können folglich beruhigt zurücklehnen – so schnell wird sich für sie nichts ändern. Sollte Windows Vista dereinst eingeführt werden, so wird dies in den meisten Fällen mit dem Ersatz des Arbeitsgerätes oder zumindest dessen Aufrüstung mit besseren Komponenten einhergehen. Zu diesem Zeitpunkt werden viele Anwender auf dem heimischen Computer mit dem neuen Betriebssystem in Kontakt gekommen sein: Bereits heute findet man kaum mehr Heimcomputer, die noch mit der Vorgängerversion Windows XP ausgeliefert werden.

Microsoft Office 2007 – nichts mehr wie zuvor

Für deutlich mehr Furore in der Fachwelt hat die Ankündigung von Office 2007 gesorgt. Eines ist augenfällig: Alles hat sich geändert, nichts wird mehr so sein wie vorher. Diese Feststellung trägt garantiert nicht zur Beruhigung der Anwender bei – bald könnten sie einer ungewohnten Oberfläche gegenüber sitzen und müssen während Jahren geübte Arbeitsschritte über Bord werfen.

Der Umstieg wird ganz klar beschwerlicher sein als beispielsweise von Office 2000/XP zu Office 2003. Dennoch werden die Unternehmen diesen Schritt





Der Dokumentinspektor von Microsofts Word 2007.

über kurz oder lang wagen, da nach einer Eingewöhnungszeit messbare Produktivitätssteigerungen zu erwarten sind. Wichtig ist, dass die Mitarbeitenden seriös und mit genügend Vorlaufzeit auf die Umstellung vorbereitet und dementsprechend geschult werden.

Microsoft hat die neue Ausgabe des Büro-Paketes gründlich ausgemistet und sich in einem radikalen Schritt für eine neuartige Benutzeroberfläche entschieden. Office sei «Bloatware» (aufgeblasene Software) – 80 Prozent der Anwender benutzen nur gerade 20 Prozent der vorhandenen Funktionen, war die landläufige Meinung.

Durch die neue Oberfläche soll sich das nun gründlich ändern: Die altbekannte Menü-Leiste mit den Menüs «Datei», «Bearbeiten», «Ansicht» etc. verschwindet gänzlich. Neu setzt man auf das «Ribbon» (Band), eine aufgepeppte Symbolleiste, deren Befehlsknöpfe sich an die gerade auszuführende Aufgabe anpassen. Hunderte bisher in verschachtelten Menüs versteckte Befehle sollen damit aus der Versenkung geholt werden.

Schreibt der Anwender einen Brief, werden ihm nur diejenigen Funktionen präsentiert, die zum Verfassen von Brie-

fen nützlich sind, wie beispielsweise die Serienbrieffunktion. Bearbeitet die Benutzerin eine Tabelle, so zeigt die übergrösse Symbolleiste die am häufigsten benutzten Befehle zur Strukturierung und der Formatierung der Tabelle an. Fährt man über Dokumentvorlagen, so passt sich die Darstellung des Dokuments im selben Augenblick an, worauf man einfacher entscheiden kann, ob das gewählte Design den Erwartungen entspricht.

Web 2.0 - Vielfältige Teilnahmemöglichkeiten

Das 2005 erfundene Schlagwort hat nichts an Aktualität eingebüsst und wird auch 2007 weiter an Bedeutung gewinnen. Doch was bedeutet Web 2.0 überhaupt? Der Begriff «Web» bezieht sich auf das World Wide Web, während «2.0» als Versionsnummer zu interpretieren ist.

Dieser Versionswechsel mag dem durchschnittlichen Anwender entgangen sein: Hat sich in letzter Zeit – ausser dem Aussehen der Web-Sites – etwas geändert? Und wie. Die zu Grunde liegende Internet-Technik ist immer noch dieselbe, die damit entwickelten Anwendungen haben sich

aber in unvorhergesehener Weise geändert. Während das «Web 1.0» um die Jahrtausendwende meist als einseitiger Informationskanal genutzt wurde, hat man mit Web 2.0 und dessen Technologien den BenutzerInnen die Möglichkeit gegeben, sich stärker mit einzubringen. Der Internet-Surfer wird vom passiven zum aktiven Teilnehmer. Blogs (Kurzform von Web-Logs, zu Deutsch Online-Tagebücher) waren in dieser Entwicklung nur der Anfang.

In Zukunft werden Teilnehmende des Webs vermehrt selbst Inhalte generieren – seien dies Texte (in Blog-Artikeln, Kommentaren oder in Wikis: www.blogger.com und www.wikipedia.org), Bilder (durch die Bereitstellung von Online-Fotoalben: www.flickr.com) oder Kurzfilme (www.youtube.com).

Web 2.0 steht voll im Zeichen der Integration und Vernetzung unzähliger Nutzer. Diese «kollektive Intelligenz» übersteigt die Fähigkeiten jedes Einzelnen und trägt enormes Potential in sich. Einige Errungenschaften des Web 2.0 werden daher längerfristig auch Einzug in das Unternehmen halten (siehe Kasten «Web-2.0-Anwendungsarten für den Gebrauch im Unternehmen»).

AUTOR

Mario Aeby (26) unterstützt als IT-Verantwortlicher und Webmaster zwei Institute der Universität Bern bezüglich des zielgerichteten Einsatzes von Informationstechnologie. Er studiert Geschichte und Medienwissenschaften. Zudem entwickelt er für Privatkunden Web-Sites und -Applikationen und äussert sich in seinem Blog «think eMeidi» über aktuelle Themen.

WEB-2.0-ANWENDUNGSARTEN FÜR DEN GEBRAUCH IM UNTERNEHMEN

• **Konkurrenz für Software:
Applikationen im Browser**

GMail, Google Calendar, Google Docs und Spreadsheet haben Ende 2006 gezeigt, wie Büro-Anwendungen à la Outlook, Word und Excel bereits heute über das Internet bereitgestellt werden können. Der Vorteil solcher Web-Applikationen liegt auf der Hand: Auf dem Arbeitsgerät muss – abgesehen von einem funktionstüchtigen Web-Browser – keine Software installiert sein. Erweiterung um zusätzliche Funktionen können an zentraler Stelle vorgenommen werden und stehen über Nacht allen Benutzern zur Verfügung.

• **Einordnung in der Gruppe:
Tagging (Verschlagworten)**

Mit Tagging bezeichnet man die Verknüpfung von Informationen mit Meta-informationen (Informationen über Informationen), damit diese kategorisiert und später wieder gefunden werden können. Erfolgreich geschieht dies auf www.flickr.com, wo man Fotografien einem breiten Publikum zur Schau stellen kann. Zu jedem Foto kann der Fotograf des Bildes zusammen mit Dritten bis zu dreissig Schlagworte erfassen, um dieses einzuordnen. Was für Ferienfotos funktioniert, könnte auch für das unternehmensinterne Dokumentmanagement nützlich sein.

• **Information abonnieren:
Syndication (automatisierte
Informationsverbreitung)**

Statt mehrmals täglich auf eine Web-Site zuzugreifen, um nachzuschauen, ob neue Inhalte hinzugekommen sind, bedient man sich so genannter «RSS-Feeds» (Online-Abonnente). Damit löst man beispielsweise ein Abonnement von SPIEGEL Online und erhält künftig eine chronologische Liste kürzlich erschienener Artikel, die Titel und Datum enthalten, teilweise auch gleich den ganzen Nachrichtentext. Neue, ungelesene Artikel werden hervorgehoben. So werden keine Neuigkeiten verpasst.

• **Neue Art Öffentlichkeitsarbeit:
Unternehmens-Blogs**

Ein Unternehmensblog erfüllt eine ähnliche Funktion wie die Öffentlichkeitsarbeit, ist aber viel direkter. Zurzeit gewichtet man die Risiken dieser neuen Kommunikationsform noch höher als deren Chancen (siehe auch Kästen «Bloggen über den Arbeitgeber»). Auch unternehmensintern könnten Blogs – anstelle von Newslettern und Mitarbeiterzeitschriften – zum Kommunikationsmittel werden. Und sie dürften in Zukunft auch eine grosse Rolle im Wissens- und Projektmanagement eines Unternehmens spielen.

• **Geschäftspartner um sieben
Ecken: Social Networking**

Portale wie Xing (www.xing.com) und Linke-dIn (www.linkedin.com) erlauben die Vernetzung mit Arbeitskollegen und Geschäftspartnern. Das Nachtragen der Adresskartei erübrigt sich so. Besonders interessant ist die Funktion, mit der sich herausfinden lässt, über welche «sieben Ecken» (sprich: Bekannte und Freunde) man mit einer unbekanntem Person im Verzeichnis verbunden ist.

• **Erweitertes Mitspracherecht,
«Demokratisierung»**

Der Computerhersteller Dell hat im Februar 07 die Web-Site www.ideas-torm.com gestartet, auf der Kunden ihre Wünsche formulieren können. Dell kämpft mit Absatzproblemen und erhofft sich durch Benutzer-Feedback eine erfolgreiche Neupositionierung zu schaffen. Damit sich konkrete Forderungen herauskristallisieren lassen, können die Besucher der Seite über Vorschläge anderer abstimmen. So entsteht nach und nach eine Rangliste jener Ideen, die auf breiten Anklang stossen. Statt teure Marktforschung zu betreiben, befragt man über das Internet Zehntausende auskunftswillige Personen – zu einem Bruchteil der üblichen Kosten. Es gibt keinen Grund, solche Befragungen nicht auch unternehmensintern einzusetzen.

**Mobil – Verschmelzung
Privat- und Arbeitsleben**

Was Apples iPhone in der zweiten Hälfte des Jahres für den Heimanwender werden könnte, ist der Blackberry des Herstellers Research In Motion bereits jetzt für Kadermitarbeitende. Der Blackberry, ein überdimensioniertes Mobiltelefon mit einer integrierten Tastatur, ist in Nordamerika weit verbreitet. Angestellte auf Geschäftsreisen bleiben mit dem Mutterhaus in Kontakt, indem sie eingehende E-Mails auf ihren Blackberry gesandt erhalten und diese auch gleich beantworten können. In Europa wird sich die Verbreitung solcher Geräte in diesem Jahr steigern.

Apples iPhone wiederum wartet mit einem neuartigen Bedienkonzept auf

– weder verfügt es über eine klobige Tastatur, noch wird es mit einem Eingabestift bedient. Die Steuerung erfolgt ausschliesslich mit den Fingern über einen berührungsempfindlichen Bildschirm.

Auch wenn diese Geräte die Herzen der Liebhaber von elektronischen Spielereien höher schlagen lassen, rufen sie auch Skepsis hervor. Mit solchen Geräten verschmilzt vermehrt das Privat- und Arbeitsleben, eine klare Trennung ist nicht mehr möglich. Ein Blackberry buhlt stärker um Aufmerksamkeit als manches Kleinkind. Die Aufmerksamkeitsspanne verringert sich unweigerlich, wenn man in ständigem Kontakt mit dem Unternehmen steht, worunter nicht zuletzt die sozialen Beziehungen leiden können.

**VoIP – Mehr telefonieren
ohne Zusatzkosten**

Das kryptische Kürzel VoIP bedeutet «Voice over IP», am passendsten übersetzt mit «über das Internet übermittelte Sprache». Eine Anwendung ist Skype, die kostenlose Gespräche zwischen Leuten überall auf der Welt erlaubt. Bedingungen zur Nutzung von VoIP sind ein Computer, eine Internetanbindung, ein Mikrofon und eben diese Software – auf beiden Seiten. Man umgeht so die traditionellen Telefonanbieter und unterhält sich unbeschwert ohne Druck des Kostenzählers. Unternehmen adaptieren je länger, desto mehr auch diese Technologie, um ihre Telefonkosten zu senken und flexibler auf Änderungen in der Organisationsstruktur reagieren zu können.

nen. Auch KMU können heute von diesem Boom profitieren, weil mittlerweile fixfertige und einfach zu installierende VoIP-Lösungen angeboten werden. Zur geschäftlichen Kommunikation wird man aber nicht zwingend eine Software am Computer starten müssen – mittlerweile gibt es auch handelsübliche Telefone, die, statt an der Telefondose, über den Netzwerkanschluss angeschlossen werden.

Seit Version 2 bietet Skype auch Videotelefonie an – dazu wird zusätzlich noch eine Webcam vorausgesetzt. Ob aber der (wieder einmal) prophezeite Durchbruch der Videotelefonie tatsächlich stattfinden wird, ist höchst fraglich.

Bildschirme – Lösungen für ältere Mitarbeitende

Flacher und grösser. Dieser Trend zeigte sich für Heimelektronik bereits letztes Jahr. Rechtzeitig zur WM stiegen die Verkäufe für Plasma- und Flüssigkristall-Fernseher stark. Dieses Jahr könnte der Trend vermehrt in Unternehmen Einzug halten. Flachbildschirme für den Computergebrauch profitieren direkt vom Heimelektronik-Boom, da durch das grössere Herstellungsvolumen deutliche Kostensenkungen an die Käufer

weitergegeben werden können. In Unternehmen gilt vor allem im kreativen und technischen Anwendungsbereich, dass Bildschirme nie gross genug sein können. Ob aber auch reguläre Büro-Angestellte von diesem Trend profitieren werden, ist zweifelhaft. Zur Erledigung der alltäglichen Aufgaben mit bestehender Software sind grössere Bildschirme nicht zwingend notwendig.

Erwähnenswert ist eine mit der Vergrösserung der Darstellungsfläche gekoppelte Entwicklung: Die Möglichkeit, die Grösse aller Bildschirm-Elemente individuell und lückenlos anzupassen, ohne dass diese daraufhin verschwommen angezeigt werden. Anwender, vor allem jene in fortgeschrittenerem Alter, beklagen sich nämlich immer öfter über die schwer lesbaren Buchstaben auf Flachbildschirmen, je grösser die Bildschirmdiagonale wird. Mit dieser Innovation sollten die Oberflächen auch für diese Zielgruppe wieder besser benutzbar werden.

Hierzu müssen aber zuerst die Betriebssysteme grundlegend angepasst werden; in Windows Vista funktioniert die Funktion «DPI-Skalierung» ansatzweise, und auch beim kommenden Mac OS X ist eine solche Skalierung vorgesehen. ●●



Nicht alle lieben die trendigen Grossbildschirme. Gerade für Leute, die mit zunehmender Bildschirmdiagonale Mühe beim Lesen bekommen, gibt es jetzt Abhilfe.

BLOGGEN ÜBER DEN ARBEITGEBER

Manche Angestellte eröffnen ihr eigenes Blog (Online-Tagebuch) und teilen der vernetzten Welt mit, was sie im Arbeitsleben beschäftigt. Berühmtestes Beispiel ist wohl Mini-Microsoft (<http://minimsft.blogspot.com/>). Durch einen anonymen Blogger erfährt man von den Frustrationen, die Microsoft-Mitarbeiter plagen. Geradezu ironisch mutet es an, wenn die Geschäftsleitung Interviews gibt, die danach im Blog genüsslich zerpfückt und entgegen den Vorstellungen der PR-Abteilung gedeutet werden.

Erfolg des anonymen Bloggers

Der Blogger will nach eigenen Angaben Missstände aufdecken und direkt zum Management sprechen, um das Arbeitsklima zu verbessern. Erste Erfolge dieser Taktik sind belegt, wenn sich Microsoft auch offiziell nicht über Mini-Microsoft äussert. Sollte die Identität des Bloggers je aufgedeckt werden, ist ihm die Entlassung sicher. Die Streikenden im Swissmetal-Werk in Reconvilier bedienten sich ebenfalls eines Blogs (<http://laboillat.blogspot.com/>), und auch Nelly Wenger, vormals Nestlé Schweiz, kam unter Online-Beschuss (<http://nestlesuissere-alnews.blogspot.com/>).

Eine Frage der Loyalität

Die Kommunikationsabteilungen der Unternehmen verlieren zunehmend die Kontrolle über die Berichterstattung und sind vermehrt mit der Publikation von Insider-Informationen konfrontiert. Gewinnen kann hier nur, wer in die Offensive geht, ein eigenes Blog eröffnet und sich der Diskussion stellt – und gleichzeitig interne Konflikte zügig anpackt und den Anliegen der Angestellten Gehör schenkt.

Arbeitnehmende sollten sich im Klaren sein, dass sie mit der Unterzeichnung des Arbeitsvertrages auch «ungeschriebene Nebenpflichten» akzeptiert haben. Darunter fällt die Loyalität zum Arbeitgeber und damit die Pflicht, Firmen-Interna nicht an die Öffentlichkeit zu tragen. Unternehmen ihrerseits tun gut daran, klare Richtlinien zum Thema zu erlassen.