

Neue Kommunikationsmittel für Nonprofit-Organisationen: Weblog und RSS – Das neue Dream-Team für NPO?

Von Heinrich Schmidt heinrich.schmidt@enrico-sitelli.com | 4. März 2005

Weblogs und RSS schicken sich an, die Kommunikation im Internet zu revolutionieren. Beide zeichnen sich dadurch aus, dass sie die Effizienz der Kommunikation steigern: der Weblog vor allem auf der Seite des Senders der Nachricht, RSS vor allem auf der Seite des Empfängers. Welche Chancen ergeben sich für Nonprofit-Organisationen?

Simpel und sinnvoll

Das Internet ist immer wieder für Überraschungen gut. Die Dotcom-Blase¹ ist zwar schon lange geplatzt, aber das heisst nicht, dass die Zeit der Innovationen vorbei ist. Mit enormer Geschwindigkeit verbreiten sich gerade jetzt wieder zwei neue Techniken, die in ihrer Kombination sehr viel versprechend sind: Der Weblog² oder kurz Blog und RSS³. Beide basieren auf simpler, aber äusserst sinnvoller Technik. Und eines ist beiden gemeinsam: Es geht um Inhalte:

- Beim Weblog ist es eine einfach zu bedienende Software, die es dem durchschnittlichen Computerbenutzer ermöglicht, sein eigenes Tagebuch oder Onlinejournal zu publizieren.
- Bei RSS ermöglicht die (automatisierte) Erstellung von einfach und einheitlich strukturierten Dokumenten im XML-Format⁴ aus Informationen, die auf Websites publiziert werden, die zeitnahe Verbreitung dieser Informationen.

«Ein Weblog oder Blog (ein Kunstwort aus 'Web' und 'Logbuch') ist eine Webseite, die periodisch neue Einträge enthält. Neue Einträge stehen an oberster Stelle, ältere folgen in umgekehrt chronologischer Reihenfolge. ... Die meisten Weblogs haben eine Kommentarfunktion, die es den Lesern ermöglicht, einen Eintrag zu kommentieren und so mit dem Autor oder anderen Lesern zu diskutieren. Charakteristisch für Weblog-Software ist, dass es mit ihr sehr einfach ist, Webseiten zu publizieren.» (Definition in der Online-Enzyklopädie Wikipedia⁵, Stand 6.2.2005)

«RSS oder Really Simple Syndication ist eine XML-basierte Familie von Kommunikations-Protokollen... RSS wird verwendet, um Inhalte von Webseiten (insbesondere Nachrichtenmeldungen) in maschinenlesbarer Form bereitzustellen. ... Ein RSS-Feed besteht aus einer XML-Datei, welche nur den Content – beispielsweise einer News-Site – bereithält, aber keinerlei Layouts oder Design beinhaltet. ... RSS bildet die Grundlage für Newsaggregation, dem Sammeln und Darstellen von News-Items aus verschiedenen Quellen

¹ Siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/Dotcom-Blase>

² Siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/Weblog>

³ Siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/RSS>

⁴ Siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/XML>

⁵ Siehe <http://de.wikipedia.org/>

(RSS-Feeds). Siehe auch Syndikation.» (Definition in der Online-Enzyklopädie Wikipedia, Stand 6.2.2005)

Medienrevolution?

Sowohl der Blog wie auch RSS erscheinen auf den ersten Blick nicht gerade «sexy». Technologien wie Flash oder Videostreaming bieten mit Anwendungen wie Online-Gaming und Internet-Video sicher ein sinnlicheres Erlebnis. Und dennoch wird Ihnen das Potenzial zugesprochen, die Welt zu verändern⁶. Mit Hilfe von Blog und RSS scheint auf der einen Seite des Kommunikationskanals für jeden die Möglichkeit gegeben, sich und seinem Anliegen auf einfache Weise Gehör zu verschaffen. Auf der anderen Seite eröffnet sich für Interessierte die Möglichkeit, aus einer schier unendlichen Zahl von Nachrichtenquellen ein den eigenen Bedürfnissen entsprechendes «Menü» an Informationen zusammenzustellen. Durch die Kommentarfunktion von Blogs und die gegenseitige Vernetzung entsteht zudem eine neue Dimension im Informations- und Meinungsaustausch.

Unabhängig von den gesellschaftlichen Folgen, welche Weblogs zeitigen mögen: Welchen Nutzen können Nonprofit-Organisationen aus diesen neuen Kommunikationsformen ziehen? Und mit welchen Kosten ist eine Nutzung dieser Kommunikationsmittel verbunden?

Nutzen für die interne Kommunikation

«Weblogs besitzen das Potenzial, neue Wege für die Dokumentation und den Wissensaustausch speziell innerhalb von kleineren Nonprofit-Organisationen zu nutzen, was für diese bisher aus Zeit- und Kostengründen (fehlendes Personal, teure Software) nicht möglich war.» schreibt Zafar S. Shah in seinem Artikel⁷ für das Onlinemagazin «The Nonprofit-Quarterly»⁸. Die Einfachheit der Blog-Software und die niedrigen oder nicht vorhandenen Lizenzkosten räumen diese Hindernisse aus dem Weg. Shah beschreibt ein Beispiel, in dem eine NPO mit Hilfe von Blogs zu verschiedenen Bereichen der Organisation mehrere Vorteile erlangte: Die Mitarbeiter sind jetzt immer auf dem neuesten Stand über die Projekte der einzelnen Abteilungen und die archivierten Informationen sind jederzeit für die Verwendung in anderen Publikationen wie Jahresberichten oder Pressemitteilungen abrufbar. Blogs, die auf die interne Kommunikation abzielen, können dazu dienen, das Wissen der Mitarbeiter auf einfache Weise zu sammeln und die Transparenz und Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern und Gruppen zu fördern.

Nutzen für die externe Kommunikation

Was für die interne Kommunikation gilt, trifft auch auf die externe Kommunikation zu: Zeit- und Kostenersparnis, Informationsaustausch und Transparenz. Aktuelle und potenzielle Spender, Sponsoren, Behörden, die Presse und die interessierte Öffentlichkeit können sich via Blog selbstständig und ohne aufwändige Recherche der Mitarbeiter der Organisation

⁶ Möller, Erik: Die heimliche Medienrevolution: Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Heise Zeitschriftenverlag, 1. Auflage, Hannover, 2005, <http://medienrevolution.dpunkt.de>

⁷ Shah, Zafar S., What's a Blog, and Why Should Nonprofits Care?, 2003, <http://www.nonprofitquarterly.org/section/466.html>

⁸ <http://www.nonprofitquarterly.org>

Informationen holen. Der Informationsaustausch mit der Öffentlichkeit gestaltet sich so äusserst effizient.

Ein an die Öffentlichkeit gerichteter Blog kann der Botschaft einer Organisation stärkeres Gewicht geben und zu einem wertvollen Instrument der Kommunikation werden. Ein Eintrag in entsprechende Blog-Verzeichnisse sorgt dafür, dass der Weblog der Organisation auch Öffentlichkeit erhält. Welch mächtiges Instrument Mund-zu-Mund-Propaganda sein kann, beschreibt Microsofts RSS-Experte Robert Scoble sehr anschaulich in seinem Blog-Beitrag zum Kultobjekt iPod⁹.

Eine häufig aktualisierte Website mit Nachrichten und Berichten über die Organisation, ihre Tätigkeit und aktuelle Projekte lässt die Besucher wiederkehren. Ein guter Weblog verbessert die Transparenz und die Glaubwürdigkeit der Organisation und schliesslich die Bindung an dieselbe.

Typisch für den Blog ist, dass er nicht aus seitenlangen Artikeln bestehen muss. Häufig bestehen die Einträge nur aus einem Absatz und entsprechenden Links. Die unmittelbare informelle Information ist die Stärke des Weblogs. Dazu gehört auch die Kommentarfunktion, welche die meisten Blogs besitzen: Leser des Blogs haben damit die Möglichkeit zu reagieren: wertvoller Feedback wird generiert. Dabei ist es für den Kommentator ebenso einfach wie für den Blogger selbst, einen Eintrag vorzunehmen. Um unpassende Kommentare zu verhindern, wird in der Regel der Kommentar erst nach Überprüfung frei geschaltet. Weitere Features wie Trackback, eine «Funktion, mit der Weblogs Informationen über Reaktionen bzw. Kommentare durch einen automatischen Benachrichtigungsdienst untereinander austauschen können»¹⁰, erhöhen die Interaktivität und generieren Interesse und Gedankenaustausch.

Und was ist mit dem (E-Mail-)Newsletter?

In seinem Artikel beschreibt Zafar S. Shah den Weg des Leiters einer NPO vom gedruckten vierteljährlichen Newsletter zum Blog – ohne Umweg über den E-Mail-Newsletter. «Wayne Jennings vom Verein «International Association for Learning Alternatives (IALA)» entdeckte das Medium Weblog als er einen Weg suchte, das von der Organisation seit 33 Jahren publizierte Infoblatt online zu bringen. Mit Mitarbeitern, die alle auf freiwilliger Basis arbeiten und einem über das ganze Land verstreuten Führungspersonal war sich Jennings darüber im Klaren, dass er einen effizienteren Weg finden musste, um die Informationen über die Organisation zu veröffentlichen. Er musste sowohl Kosten als auch Zeit sparen.»

Im Vergleich zum E-Mail-Newsletter hat das Medium Blog Vorteile, aber auch Nachteile: Für einen professionell erstellten Newsletter muss in das Layout, die Adressliste, An- und Abmeldesysteme und entsprechende Software investiert werden. Auch rechtliche Aspekte im Hinblick auf die Spamproblematik sind zu berücksichtigen. Für den Newsletterversand werden Informationen für die Veröffentlichung in der Regel zuerst gesammelt, um sie in bestimmten Zeitintervallen (wöchentlich, monatlich) zu senden, d.h. die Informationen sind nicht mehr zeitnah. Mit dem Blog werden diese Probleme elegant umschifft. Der Nachteil: Der Interessent bekommt die Informationen im Gegensatz zum E-Mail-Newsletter nicht

⁹ Scoble, Robert, iPod Shuffles hard to get? Blame word-of-mouth networks, 2005, <http://radio.weblogs.com/0001011/2005/01/15.html#a9212>, 15.1.2005

¹⁰ Definition in der Online-Enzyklopädie Wikipedia, Stand 7.2.2005, <http://de.wikipedia.org/wiki/Trackback>

automatisch geliefert. Doch auch dafür gibt es eine Lösung: RSS. Wird der Weblog – was inzwischen die Regel ist – mit einem so genannten RSS-Feed kombiniert, kann auch dieser abonniert werden.

RSS-Experte Rok Hrastnik von MarketingStudies.net¹¹ und Autor des RSS-Marketing-E-Book¹² ist der Ansicht, dass RSS-Marketing das E-Mail-Marketing als meistgenutztes Instrument zur Verbreitung von Nachrichten überholen könnte – vor allem aufgrund der Spamproblematik, von der das E-Mail-Marketing betroffen ist und die Kostenvorteile von RSS¹³. Noch liegen allerdings auch im RSS-Boomland USA E-Mail-Newsletter klar vor RSS-Feeds und erfreuen sich eher zunehmender Akzeptanz – trotz der Spamproblematik¹⁴. Man darf also auf die ersten breitangelegten Untersuchungen zu dem Thema, die RSS-Feeds in Studien mit aufnehmen, gespannt sein.

Blogs und RSS: Senden von Information

Der RSS-Feed, den ein Weblog automatisch generiert, kann mit einem so genannten Newsreader gelesen werden. Es gibt mittlerweile eine Vielzahl von Programmen für verschiedene Plattformen, einige davon auch gratis. Webbrowser wie Firefox (Mac, Windows) oder das kommende Safari (für Mac) können die RSS-Feeds ebenfalls lesen. Ebenso wird wahrscheinlich die nächste Version des Internet Explorer RSS-Funktionalitäten aufweisen¹⁵, Erweiterungen für diesen Browser gibt es jetzt schon¹⁶. Der Newsreader durchsucht die abonnierten Feeds automatisch nach neuen Nachrichten im entsprechenden Blog. So ist der Abonnent immer zeitnah informiert. Das Anmelden erfordert keine Preisgabe von E-Mail-Adressen und umgeht so die Datenschutz- und Spamproblematik. Das An- und Abmelden vom Feed erfolgt über den Eintrag bzw. das Löschen des Links, der auf den Feed verweist, beschränkt sich also auf Copy and Paste bzw. Delete. Wie für die Blogs gibt es auch für RSS Verzeichnisse, in die Organisationen ihre Feeds eintragen können, um gefunden zu werden.

Wer RSS nicht nutzt, verschwendet Zeit: Empfangen von Information

In einem Artikel auf der Nonprofit-Newssite <http://www.missionmovers.org> wird Microsofts Blog-«Evangelist» Robert Scoble mit den Worten zitiert: «If you're not reading it in RSS you're wasting your time». Der Beitrag¹⁷, der ein eigenes RSS-Geschäftsmodell lancieren will, listet vielleicht etwas optimistisch die Funktionsweise und Vorteile von RSS für Nonprofit-Organisationen auf: «Wäre es nicht grandios, wenn...» und «All das ist möglich mit dem Erscheinen von RSS». Der Beitrag beschreibt eine Welt aus Sicht des NPO-

¹¹ <http://www.marketingstudies.net>

¹² <http://rss.marketingstudies.net/content/order.html>

¹³ „RSS Marketing May Overtake E-mail as Top Info Delivery Tool – RSS News Feeds Provide Effective Two Way Communication, Presseinformation MarketingStudies.net, 24.2.2005, <http://www.emediawire.com/releases/2005/2/emw211440.htm>

¹⁴ Quelle: DoubleClick's 2004 Consumer Email Study: http://www.doubleclick.com/us/knowledge_central/documents/research/dc_consumer_email_0410.pdf

¹⁵ Wood, Charlie: Vendors: Microsoft to Embed RSS in MSIE?, 2005, <http://www.globelogger.com/item.php?id=258> (3.1.2005)

¹⁶ Z.B. <http://www.pluck.com/download.aspx> oder <http://rssexplorer.planet-hood.com/>

¹⁷ <http://www.missionmovers.org/overview.pdf> (Verfasser nicht genannt)

Managers, in der es für Nonprofit-Organisationen ein Leichtes ist, über alle neuen Nachrichten, Trends aus den Bereichen Marketing, Recht, Management etc. zeitnah informiert zu sein, ohne Stunden mit dem Surfen auf den einschlägigen Nachrichtenquellen zu verbringen. «RSS Provides Complete Access To Critical Information / RSS for nonprofit organizations will save staff hundreds of hours spent looking for key program, funding, administrative and evaluation information».

Ob RSS wirklich die Zukunft des Sammelns von Information ist, wird sich zeigen. Doch der Beitrag zeigt das Potenzial auf, das idealerweise durch RSS für die interne und externe Kommunikation geschaffen wird. Weil es mit RSS möglich ist, Informationen von den unterschiedlichsten Onlinequellen auf mühelose Weise zu sammeln, ist diese Technologie so effizient. Hat man sich an diese Art des Informations Sammelns gewöhnt, muss man nicht alle Websites, die einen interessieren, nacheinander «abgrasen», sondern erhält die Information automatisch – ob es neue Informationen auf der Website gibt, sieht man jetzt sofort. RSS ist wie eine Zeitung, die man sich selbst zusammenstellt. Und da sie in der Regel auf simpler Textinformation beruht, ist die Technologie selbst auf älteren Computern schnell.¹⁸

Analyse statt Euphorie

Blog und RSS haben das Potenzial zum Dream-Team für Nonprofit-Organisationen: Doch die technischen Möglichkeiten sind auch hier nur Mittel zum Zweck, denn wie zu Beginn dieses Artikels schon erwähnt wurde: Es geht um Inhalte. Auch wenn Blog plus RSS eine äusserst effiziente Möglichkeit zur Verbreitung der Botschaft einer NPO sind: Die NPO muss Informationen anbieten wollen und können. Auch beim Blog schreiben sich die Nachrichten nicht von selbst. Ausserdem ist auch Bloggen «Schreiben im Web». Und auch das will gelernt sein¹⁹. Zur Erinnerung: Weblogs, sind Onlinejournale, die sich durch häufige Aktualisierungen und viele Verlinkungen auszeichnen. Diese zu bewirtschaften ist ohne entsprechendes Engagement nicht möglich. Auch beim Empfangen von Informationen gilt es, Disziplin zu wahren. Auch ein RSS-Reader wird schnell zum Mülleimer, wenn zu viele Feeds abonniert werden.

Checkliste

Vor der Entscheidung für Blog und RSS sollte sich die NPO einige Fragen ehrlich beantworten:

Grundsätzliche Fragen:

1. Generiert die Arbeit der Organisation überhaupt eine ausreichende Menge an Informationen?
2. Welche Rolle im Kommunikationsmix der Organisation soll der Blog spielen?
3. Ist der Blog für die interne Kommunikation gedacht, oder soll er sich an die Öffentlichkeit wenden?

¹⁸ Artikel, der das Thema RSS behandelt: Sommergut, Wolfgang, RSS: Wunderwaffe gegen die Informationsflut?,

http://www.computerwoche.de/index.cfm?pageid=255&artid=57747&main_id=57747&category=8&currpage=1&kw=, 5.2.2004.

¹⁹ Lennartz, Sven, Schreiben fürs Web geht anders, 2001, <http://www.einfach-fuer-alle.de/artikel/schreiben/> (17.5.2001)

4. Ist es für die NPO okay, dass ihr Newsfeed in Newsaggregatoren auftaucht²⁰. Ist sie bereit, offen zu kommunizieren?
5. Welche Themen soll der Blog behandeln?
6. Welche Kosten und welche Erträge sind für die Organisation mit der Implementierung eines Blogs verbunden?
7. Gibt es Mitarbeiter, welche die Zeit, die Bereitschaft und das Wissen haben, einen Blog zu unterhalten?
8. Ist die Organisation bereit, für einen dauerhaften Erfolg mit dem Blog Mitarbeiter zu schulen und zu motivieren?
9. Ist die Organisation bereit und in der Lage, Informationen zu teilen und mit anderen zu verlinken?

Realisierung

Sind die grundsätzlichen Fragen geklärt, kann es an die Realisierung gehen. Hat die Organisation keine Website und sind die finanziellen und technischen Möglichkeiten begrenzt empfehlen sich kostengünstige webbasierende Blog-Plattformen, die einfach zu bedienen sind. Unterhält die Organisation eine eigene Website empfiehlt sich eine Integration des Blogs in die bestehende Website. Auch hier gibt es entsprechende Software. Eine dritte Möglichkeit ist die Implementierung eines Content Management Systems (CMS) mit einem Blog-Modul. Auch hier gibt es kostengünstige Systeme. Als Beispiel sei hier das Open Source²¹ CMS TYPO3²² genannt, das kostenlos erhältlich ist und neben der Blog-Erweiterung auch die Generierung von RSS-Feeds erlaubt und weitere professionelle Kommunikationsmodule enthält. Dabei können natürlich auch RSS-Feeds aus der «normalen» News- oder Veranstaltungsdatenbank der Website generiert werden – es muss also nicht immer ein Blog sein. Feeds anderer Informationsquellen können in die eigenen Website integriert werden.

Eine Liste mit Software für alle drei Realisationsmöglichkeiten (separater Blog, in die Website integrierter Blog und CMS mit Blog-Modul) findet sich in Zafar S. Shahs Artikel²³. Ein Vergleich verschiedener Blog-Software findet sich bei Asymptomatic²⁴, eine deutschsprachige Liste mit Blog-Software findet sich bei blogbar.de²⁵.

Der Blog muss natürlich auch publik gemacht werden: Wenn der Blog eine eigene Adresse hat, sollte diese kommuniziert werden. Die Adresse des Blogs sollte in Verzeichnisse eingetragen werden. Gegenseitige Verlinkung ist ebenfalls ein gutes Mittel, den eigenen Blog bekannt zu machen (Aufnahme in den sog. Blogroll anderer Blogs). Der rege Gebrauch von Kommentarfunktion und Trackback tut ein Übriges.

Da Blog und RSS erst am Anfang ihrer Entwicklung stehen, werden sich in Zukunft weitere ergänzende Techniken und Anwendungsmöglichkeiten herausbilden.

²⁰ Zu beachten ist auch das Copyright-Problem, auf das Robert Scoble in seinem Weblog hinweist: <http://radio.weblogs.com/0001011/2005/01/15.html#a9211> (15.1.2005).

²¹ http://de.wikipedia.org/wiki/Open_source

²² Website: <http://www.typo3.com>

²³ Shah, Zafar S., What's a Blog, and Why Should Nonprofits Care?, 2003, <http://www.nonprofitquarterly.org/section/466.html>

²⁴ <http://www.asymptomatic.net/blogbreakdown.htm>

²⁵ <http://www.blogbar.de/software.php>

Beispiele für NPO-RSS

Noch kaum eine Nonprofit-Organisation, bedient sich der neuen Kommunikationsmittel. Zum Zeitpunkt unserer Recherche (Anfang Februar 2005) konnten im Internet RSS-Feeds von der Evangelischen Kirche im Rheinland²⁶, der Deutschen AWO²⁷, der Caritas Erzdiözese Wien²⁸ und von Greenpeace²⁹ gefunden werden. Sie alle bieten ihre Nachrichten per RSS an. Die für einen Blog typische Kommentarfunktion und damit Interaktivität und die Möglichkeit, die Nachrichten einfach weiterzuverbreiten fehlt jedoch.

Beeindruckende Zahlen: Blogs und RSS boomen

Der Einsatz neuer Techniken macht natürlich nur dann Sinn, wenn sich ihrer auch bedient wird und schliesslich eine kritische Masse erreicht wird. Dazu einige Zahlen: Im Januar 2005 zählte das deutsche Blog-Verzeichnis blogg.de etwa 36500 Weblogs. An einem durchschnittlichen Tag erschienen etwa 5500 Beiträge in rund 3000 Blogs. Die Anzahl der aktiven Blogs hat sich innerhalb eines Jahres von 3000 auf 11000 fast vervierfacht.³⁰ Im Herbst 2004 schätzte blogcount.com die Anzahl der aktiven Blogs auf 6,6 Millionen. Die aktuelle Statistik des Blog-Anbieters livejournal.com (livejournal.com/stats) gibt einen schönen Einblick in die sogenannte Blogosphäre (die Welt der Weblogs).

Technorati, einer der führenden Blog-Dienstleister³¹, zählt heute fast fünf Millionen Weblogs. Zum Vergleich: zwei Jahre zuvor waren es gerade einmal 100000. Gemäss der aktuellsten Studie³² des Pew Internet & American Life Project³³ sind etwa 27% oder in absoluten Zahlen 32 Millionen der US-amerikanischen Internetbenutzer regelmässige Leser von Blogs. Das ist ein Anstieg von 58% innerhalb eines Jahres (2004). Sechs Millionen Amerikaner beziehen ihre Nachrichten und Informationen mittlerweile per RSS. Sowohl Autor wie Leser von Weblogs sind tendenziell jung (unter 30 Jahre alt), männlich, gebildet, wohlhabend und haben Erfahrung mit dem Internet. Überdurchschnittliches Wachstum verzeichnet jedoch die Gruppe weiblicher, etwas älterer (30 bis 49 Jahre alt) Nutzer mit langsameren Internetverbindungen.

Fazit

Weblogs und RSS sind noch nicht in das Bewusstsein der breiten Masse der Internetbenutzer vorgedrungen. Auch in den USA wissen 62% der Internetnutzer noch nicht, was ein Weblog ist. Die Zahl der Benutzer dieser Techniken wächst jedoch rasant. Die Integration von RSS in Blogs, Web Content Management Systeme und Webbrowser wird deren Popularität weiter fördern. Ob dadurch wirklich eine Medienrevolution ausgelöst wird, wird man sehen.

²⁶ http://www.ekir.de/ekir/504_rss-newsfeed.asp

²⁷ <http://www.awo.org/pub/news.xml>

²⁸ <http://www.caritas-wien.at/rss.xml>

²⁹ <http://www.greenpeace-magazin.de/magazin/tagesthemen/b2rss2.php>

³⁰ Mehr Daten auf <http://blogstats.de>, <http://www.dijest.com/bc/> und <http://www.blogcensus.net/>

³¹ <http://www.technorati.com/about/>

³² http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf

³³ <http://www.pewinternet.org>, weitere Studien zum Thema:

http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Content_Creation_Report.pdf und

http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Future_of_Internet.pdf

Für Nonprofit-Organisationen bieten Blog und RSS jedoch schon heute konkreten Nutzen und Chancen – ob in der internen Kommunikation und dem Bereich des Know-Hows und des Wissensmanagements oder in der externen Kommunikation mit Sponsoren, Spendern, interessierter Öffentlichkeit und den Medien. Dass sich noch kaum eine NPO dieser Techniken bedient ist für die Frühstarter hinsichtlich der Öffentlichkeitswirkung eher von Vorteil. Organisationen, die etwas zu sagen haben, hatten noch nie so effiziente Kommunikationswerkzeuge zur Hand wie heute. Sie warten darauf, genutzt zu werden.

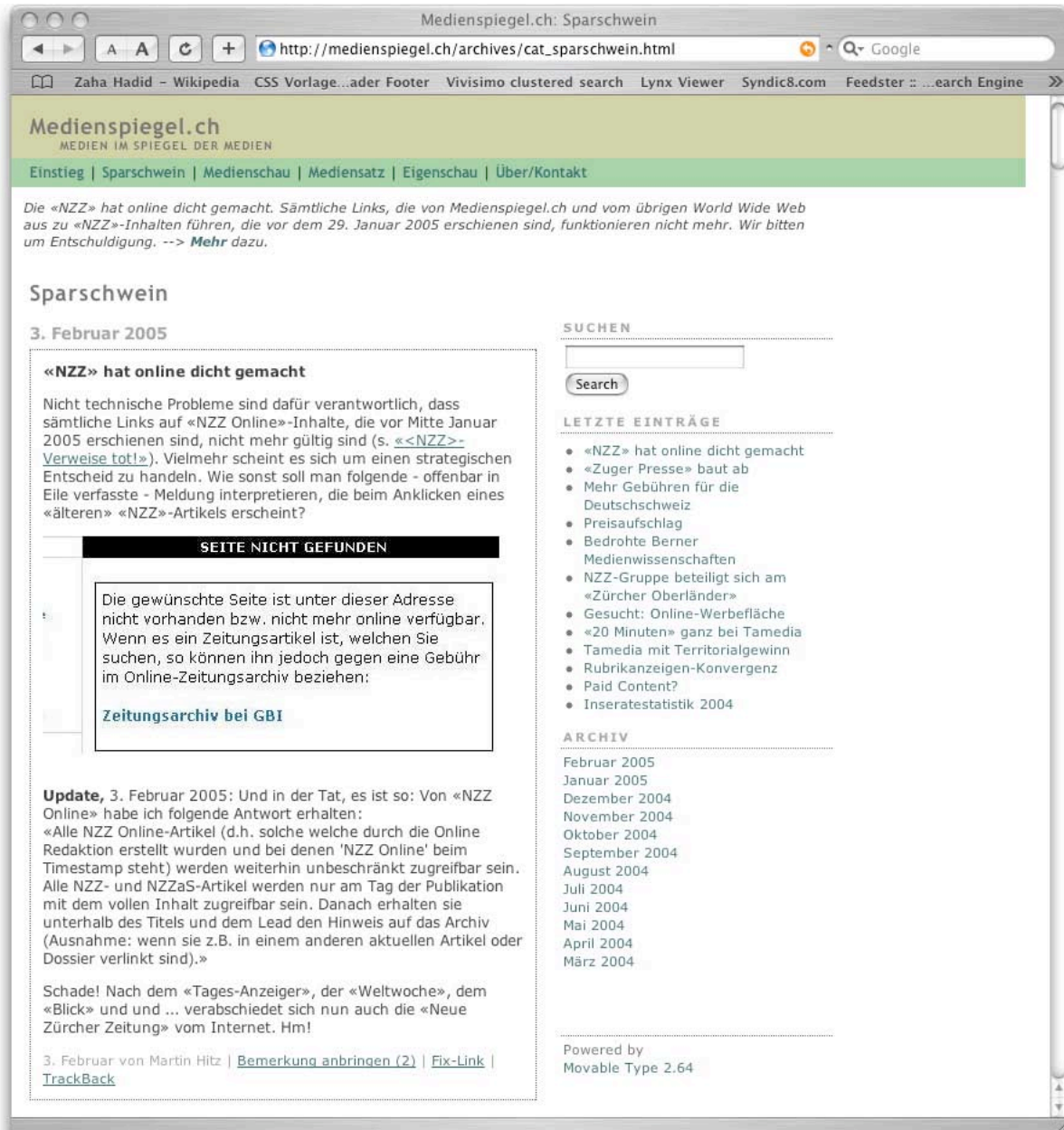


Abbildung 1: Beispiel für einen Weblog-Beitrag anhand des Weblogs Medienspiegel.ch. Am Ende des Beitrags zu sehen: Feedback-Möglichkeiten «Bemerkungen anbringen (2)», «Fix-Link» und «Trackback».

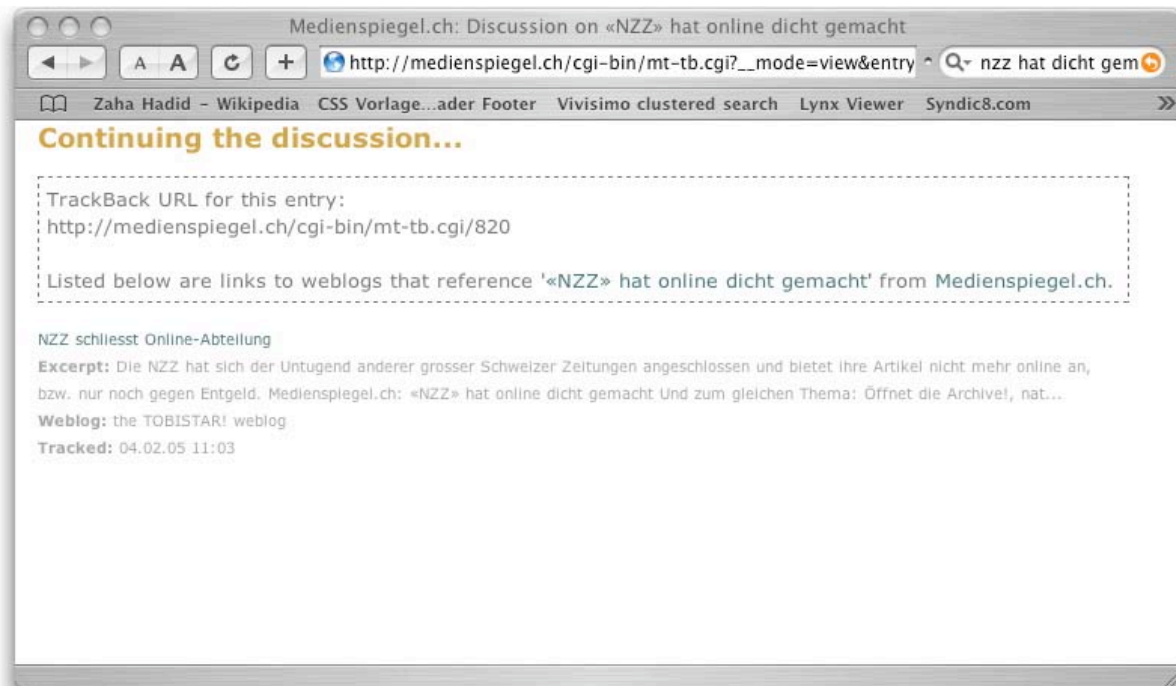


Abbildung 2: Trackback-Fenster, in dem die Trackback-Adresse für den Beitrag angegeben ist, und das Weblog, das einen Verweis auf diesen Artikel gesetzt hat.

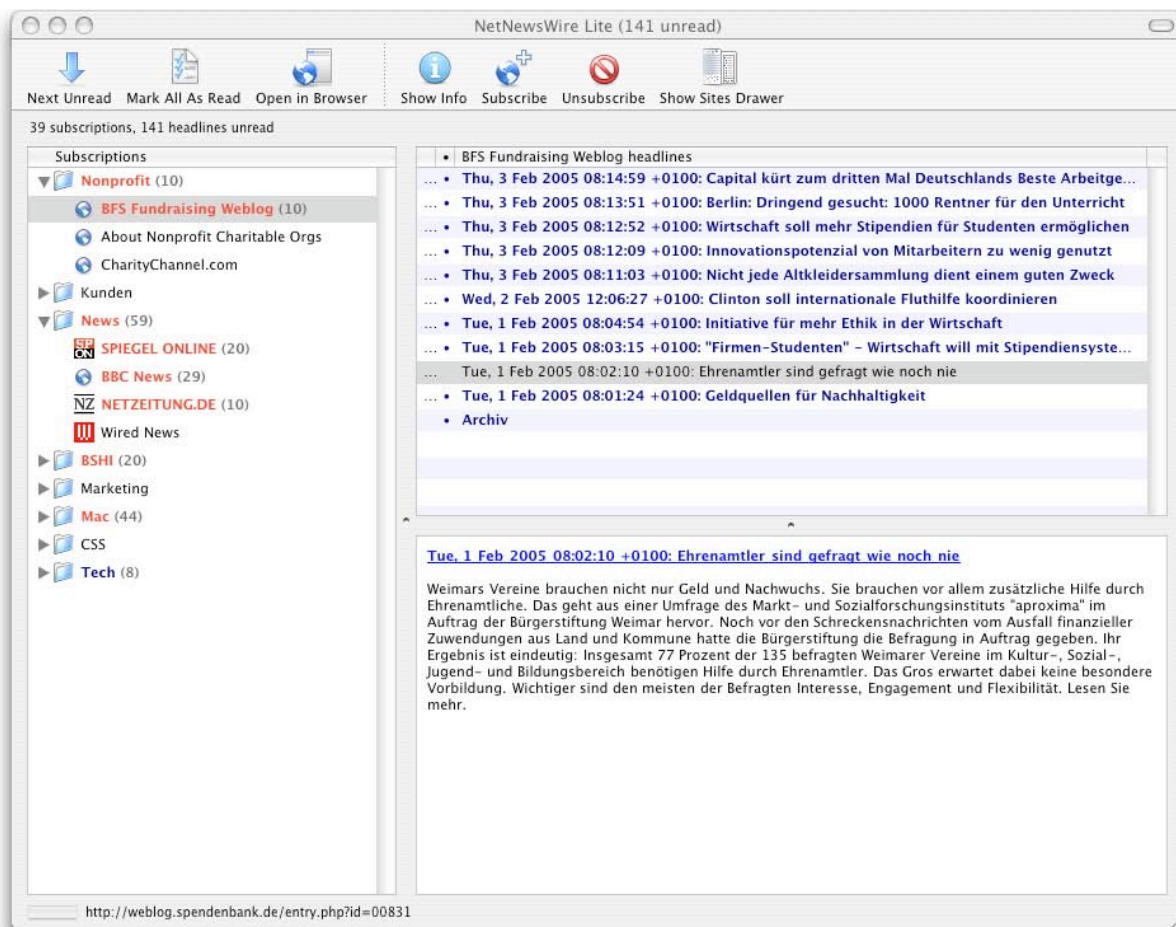


Abbildung 3: Benutzeroberfläche eines einfachen RSS-Screenreaders: NetNewsWire Lite mit neuen Einträgen und ausgewähltem Artikel.

Literaturverzeichnis:

Möller, Erik: Die heimliche Medienrevolution: Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Heise Zeitschriftenverlag, 1. Auflage, Hannover, 2005

Infobox

RSS-Feeds

Möglichkeiten, RSS-Feeds zu sammeln und zu lesen:

- Über Reader, die als Programm auf dem Computer des Benutzers laufen,
- über Services, die webbasiert sind und die über den Webbrowser abrufbar sind,
- über Services, welche die Feeds an das E-Mail-Programm auf dem Computer des Benutzers senden.
- Feeds können darüber hinaus auch in eine Website eingebaut werden.

Es gibt sowohl kostenpflichtige als auch kostenlose Services und Software.

Beispiele für RSS-Reader: Newsgator und FeedDemon (für Windows), NetNewsWire und Shrook (für Mac) und Bloglines (via Webbrowser).

PS: Weitere Möglichkeit, spezifische Informationen zu erhalten: Google News Alert. Dieser Google-Service erlaubt es, News zu einem oder mehreren bestimmten Stichworten automatisch in die Mailbox senden zu lassen, sobald Google einen entsprechenden Newseintrag zu diesem Stichwort im Web findet. Es gibt sogar die Möglichkeit, diese News via RSS in eine Website zu importieren.

Add-Feed-Buttons: Das Äquivalent zu den «Add-Bookmark»-Buttons. Stellt eine Website Add-Feed-Buttons zur Verfügung, kann der Besucher der Website mit einem Klick den RSS-Feed seinem webbasierten Newsreader hinzufügen (z. B. MyYahoo.com oder Newsgator.com).

Tipp: Anbieter von RSS-Feeds können über das Einrichten eines MyYahoo.com-Kontos und das abonnieren des eigenen Feeds diesen in das RSS-Verzeichnis von Yahoo eintragen.

Infobox

Blogs

Möglichkeiten, einen eigenen Blog zu erstellen:

- Über einen webbasierten Blog-Service,
- über Blog-Software, die auf einem eigenen Server oder bei einem Webhoster installiert ist
- über Blog-Module innerhalb eines Web Content Management-Systems.

Es gibt sowohl kostenpflichtige als auch kostenlose Services und Software.

Infobox

Podcast

Podcast

Eine weitere Möglichkeit, sein Anliegen zu verbreiten ist das sogenannte Podcasting³⁴. Auch hier spielt RSS eine entscheidende Rolle: meint das automatische Herunterladen von Audio-Dateien aus dem Internet. «Meistens handelt sich dabei um private Radio-Shows, die sich einem bestimmten Thema widmen. Der Begriff leitet sich ab vom englischen Wort «broadcasting» (etwa: «Senden» o.a. «Rundfunk») und dem Namen des weit verbreiteten MP3-Players iPod.» (Definition Wikipedia).

Infobox

Flickr

Flickr (<http://www.flickr.com>) ist ein kommerzieller Online-Bildverwaltungsservice mit Leistungsmerkmalen, mit denen selbst professionelle Asset Management-Lösungen nicht aufwarten können. Flickr bietet RSS-Funktionalität, automatisches Auslesen von Bilddaten wie Auflösung und Aufnahmezeitpunkt und die Möglichkeit, den Bildern und sogar Bildteilen Schlüsselwörter und Kommentare zuzuordnen. Zur Wahrung der Bildrechte können jedem Bild Lizenzinformationen zugeordnet werden und geschlossene Bereiche (Benutzergruppen) erstellt werden (Projektpartner, Presse, etc.). Zielgruppe von Flickr ist eindeutig der Konsumentenmarkt, aber seine Leistungsmerkmale können auch für Organisationen äusserst interessant sein.

Adresse Autor

Enrico Sitelli * | Consulting, Design + Services

Heinrich Schmidt

Münsterberg 1, Postfach, 4001 Basel

Telefon +41 61 283 24 55, Telefax +41 61 283 24 56, Leonardo +41 61 283 24 57

E-Mail: heinrich.schmidt@enrico-sitelli.com

Website: enrico-sitelli.com

RSS: <http://www.enrico-sitelli.com/index.php?id=112&type=100>

AIM: heinrichschmidt@mac.com

Some Rights Reserved

Dieser Inhalt ist unter einem Creative Commons Namensnennung-NichtKommerziell-Weitergabe unter gleichen Bedingungen Lizenzvertrag lizenziert. Um die Lizenz anzusehen, gehen Sie bitte zu <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/de/> oder schicken Sie einen Brief an Creative Commons, 559 Nathan Abbott Way, Stanford, California 94305, USA.

³⁴ <http://de.wikipedia.org/wiki/Podcasting>