

**Gastbeitrag**  
**Franz Zuckriegl**

## Die Entschlüsselung des Story-Management-Gen-Codes

### **Vom „MikroArtikel“ zu „SimpleFiles“**

Es geht nichts über einen guten Titel. Schön, dass Sie, willkommene Leserin, willkommener Leser, vielleicht sogar unter Umgehung des Großteils grauer Theorie, sogleich diesem Titel erlegen sind und nun an dieser Stelle zu lesen beginnen. Ein guter Titel ersetzt – oder vielmehr: verdrängt – eben fast jede noch so komplexe Argumentation.

Wie Sie, liebe Leserin, lieber Leser, unschwer bemerken, bin ich nun in direkten Dialog mit Ihnen getreten. Ich geb's zu, das war reine Absicht. Als gelernter Journalist weiß ich natürlich um die Magie des ersten Eindrucks und kann somit auch das erste Grundprinzip des Erzählens vermitteln: den gelungenen Einstieg.

Im zweiten Schritt wollen wir uns – bevor wir den Story-Management-Gen-Code tatsächlich knacken – grundsätzlicheren Dingen zuwenden. Eine „allgemeine Theorie“ des Storytelling ist in diesem Buch bereits vorgestellt

worden. Im Zusammenhang mit einer Organisation sind Geschichten immer von entscheidender Bedeutung:

1. Geschichten bilden einen von Einzelpersonen unabhängigen Wissensspeicher.
2. Der „Wissensspeicher Geschichte“ wird dynamisch von der sich ändernden Organisation und den sich daraus bildenden sich (ver)ändernden Geschichten gestaltet.
3. Geschichten sorgen auf einfache Weise für die Zirkulation des Wissens in einer Organisation.
4. Geschichten erzählen mehr über die Organisation als über die Einzelperson.

In unserem Fall (die Mehrzahl bezieht sich auf alle Mitarbeiter in den Projekten, in deren Rahmen ich meine Tools ständig weiterentwickeln konnte und kann<sup>1</sup>) geht es nun darum, durch *Story-Management*<sup>2</sup> im Unternehmen

- Wirkungen zu erzielen,
- Strukturen offen zu legen sowie
- Strukturen zu gestalten.

Das Story Management in diesem Sinne wollen wir weiter eingrenzen auf das *Management von Inhalten in digitalisierter Form*. Dabei gehen wir von der Idee

---

<sup>1</sup> Vgl. Zuckriegl (2005a)

<sup>2</sup> Vgl. Loebbert (2003)

des „MikroArtikels“ nach Willke<sup>3</sup> aus und wollen für die kleinste Einheit der Wissens-Explikation eine Struktur schaffen.

Diese spezielle Struktur ist leicht vorstellbar als „Geschichten-Schablone“, die den Vorgang der Wissenstransformation von explizit zu implizit und von digital zu analog begleitet. Oder ganz einfach aus einer praktischen Sichtweise formuliert:

Das neue Tool macht das *Momentum* bei wichtigen Anlässen lesbar.

#### **Die Wurzeln des „MikroArtikels“**

Bevor wir nun den „Gen-Code des Story-Managements“ entschlüsseln, sollten wir noch kurz über die Basistheorie erzählen, welche diese Entschlüsselung möglich gemacht hat: Werfen wir also einen Blick auf das systemische Wissensmanagement nach Helmut Willke. Sein Kernpostulat lautet: „Das systemische Wissensmanagement hat es mit zwei unterschiedlichen Realitäten zu tun – mit Personen und mit Organisationen. Es geht deshalb immer um zwei Seiten: um das Wissen (und Nichtwissen) von Personen sowie um das Wissen (und Nichtwissen) von Organisationen. Ein brauchbares Wissensmanagement setzt voraus, dass es sich um beide Seiten des Wissens kümmert und nicht nur um eine der beiden Seiten.“<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Vgl. Willke (2001) und Willke (2004)

<sup>4</sup> Willke (2004), S. 16.

Auch Willke definiert den klassischen Dreischritt von den Daten zur Information zum Wissen:

- **Daten** sind der Rohstoff für alles Wissen.
- **Informationen** sind systemspezifisch aufbereitete Daten und damit Zwischenprodukte des Wissens.
- **Wissen** ist die Veredelung von Information durch Praxis. Jedes Wissen setzt Praxis voraus.

Wissen entsteht nach Willke immer dann, „wenn Informationen in einen Praxiszusammenhang eingebunden werden und daraus eine neue oder veränderte Praxis folgt [...] Wissen entsteht durch den Einbau von Informationen in Erfahrungskontexte, die sich in der Geschichte des Systems als bedeutsam für sein Überleben herausgestellt haben.“<sup>5</sup>

Mit dem 1996 erstmals vorgestellten MikroArtikel hat Helmut Willke eine „innovative, hybride Form“ zur Daten-Codierung gefunden. Im Grunde geht es darum, dass der Autor oder die Autorin eines MikroArtikels *durch das Explizieren einer gemachten Erfahrung* (und sich hinsetzen und eine Story schreiben ist nichts anderes) diese Erfahrung *anderen zugänglich* macht.

Willke hat dieses Instrument durch mehrmalige Publikation (1998, 2004) öffentlich zugänglich gemacht, es in eigenen Projekten mit Unternehmen angewendet und

---

<sup>5</sup> Willke (2004), S. 33f.

weiterentwickelt. Offensichtlich rechnet er auch damit, dass *anschlussfähige Expertinnen und Experten* die Idee aufgreifen und selber weiterentwickeln.

Somit werde ich nunmehr die explizite Gedankenwelt Helmut Willkes verlassen und über die eigenen Erfahrungen in der Anwendung und v. a. Weiterentwicklung von MikroArtikeln berichten.

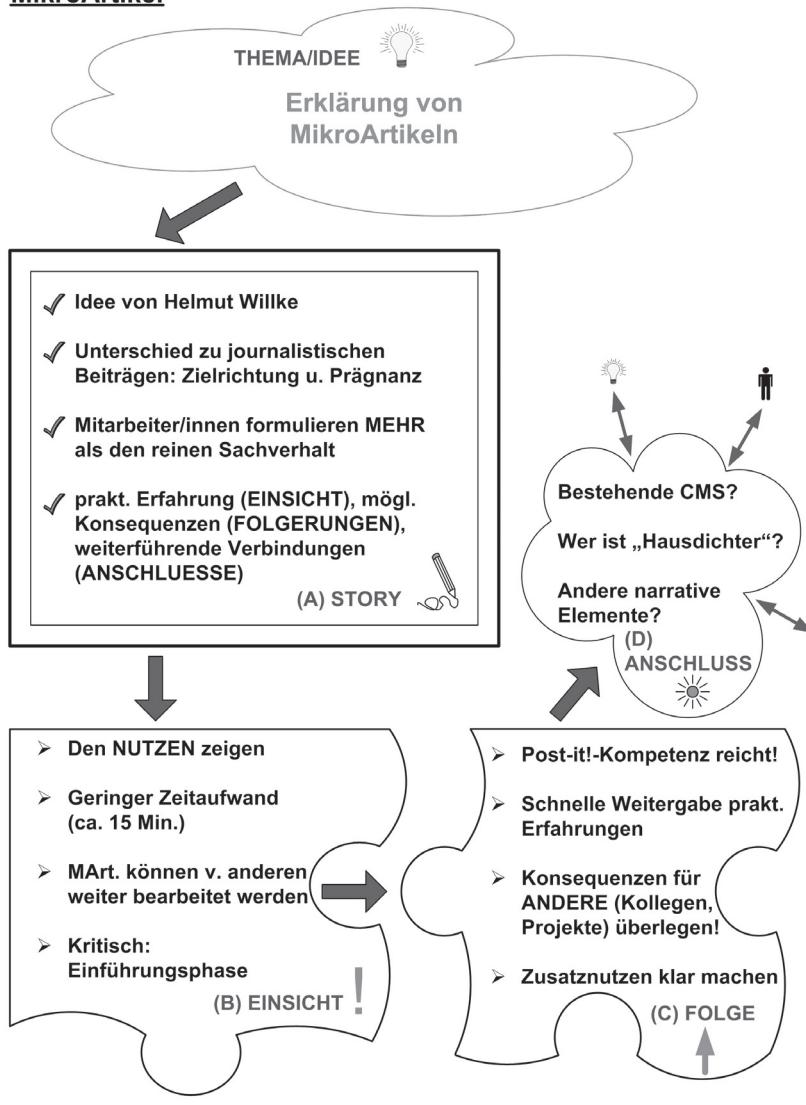
MikroArtikel unterscheiden sich von herkömmlichen journalistischen Beiträgen durch ihre Zielrichtung und Prägnanz. In MikroArtikeln formulieren Mitarbeiter/-innen nicht nur einen Sachverhalt, sondern v. a. auch die daraus gewonnene praktische Erfahrung (**EINSICHT**), mögliche Konsequenzen daraus (**FOLGERUNGEN**) ebenso wie weiterführende Ideen und Verbindungen zu anderen Sachverhalten (**ANSCHLUESSE**).

### Die Probleme in der Praxis

In der Praxis ergeben sich folgende Schwierigkeiten bei der Verwendung von MikroArtikeln:

- Der MikroArtikel ist ein Text. Und die Menschen lesen nicht gern, auch wenn die Texte kurz und strukturiert sind.
- Einen MikroArtikel muss man schreiben. Und schreiben tun die Menschen noch weniger gern. Egal, wie lang die Texte sein sollen.
- Beim MikroArtikel muss man zuerst nachdenken. Denken ist zeitaufwändig und schwierig.

## MikroArtikel



© 21stChannels/Zuckriegl, 2005, erweitert nach Willke, 2004

Abbildung 1: Grafische Aufbereitung der MikroArtikel-Struktur

- Ein MikroArtikel soll authentisch sein – also nicht von der eigenen Sekretärin verfasst. Er verursacht unmittelbar eigene Arbeit.
- Ein MikroArtikel sollte über Inhalte erzählen. Man sollte also etwas zu sagen haben.
- Mit einem MikroArtikel gebe ich einen Teil meines Wissens preis. Man sollte also sein Wissen teilen wollen.
- Ein MikroArtikel ist kein Wegwerfprodukt. Er soll möglichst oft wiederverwendet werden.

Aus eigener Erfahrung kann ich sagen, dass MikroArtikel – nicht nur in Bezug auf die Erzählungen der Gesamtorganisation – eine ähnliche Funktion haben wie in den narrativen Ansätzen die Originalzitate in Interviews. Daraus folgt zumindest, dass die Einführung von MikroArtikeln auf jeden Fall in einem größeren Kontext gedacht werden muss.

Dieser umfassendere Kontext kann eine praxisorientierte Wissensgemeinschaft<sup>6</sup> sein. In unserem Fall ist das Werkzeug auf der Basis des MikroArtikels auch eingebettet in eine umfassendere eigene Wissens- und Content-Management-Software. Die Version 2.0 des HKMT<sup>7</sup> (human knowledge matching tool) versteht sich als technische Infrastruktur praxisorientierter Wissensgemeinschaften.

<sup>6</sup> Mehr insbesondere zu „Communities of Practice“ in: Eigner u. a. (2003), Wenger u. a. (2003), Graggober u. a. (Hg.) (2003), Zuckriegl (2005b)

<sup>7</sup> Das Tool wurde u. a. im Rahmen des Projektes GKMiT eingesetzt und auch ständig weiterentwickelt: Vgl. Zuckriegl (2005a)

### Konsequenzen für das Design

Aus den theoretischen Implikationen und vor allem den praktischen Erfahrungen ergaben sich folgende Erfolgsfaktoren bei der Implementierung von MikroArtikeln:

#### Auf der Strukturebene

1. Eine funktionierende Gemeinschaft sollte vorhanden sein, z. B. eine Abteilung, ein internes Projektteam, ein firmenübergreifendes Netzwerk.
2. Diese Gemeinschaft im Sinne einer sozialen Gruppe sollte an einem Thema arbeiten, also eine „*Community of Interest*“ bilden.
3. Die Infrastruktur (Plätze für *reale* Treffen und Workshops sowie *virtuelle* Systeme) muss vorhanden sein.
4. Die Unterstützung des Projekts muss von der jeweiligen Führungsebene gegeben und v. a. auch *kommuniziert* werden.

#### Auf der persönlichen Ebene

1. In der Interessens- und Praxisgemeinschaft muss eine *Kultur des Vertrauens* herrschen.
2. Der Einsatz eines Storytelling-Tools muss mit einer *praktischen Notwendigkeit* sinnfällig gekoppelt werden.
3. Die Erklärung der Grundsätze und das *Üben* der Technik erfordern Zeit.
4. Die Organisationsmitglieder dürfen auch nach dem ersten erfolgreichen Einsatz des Tools nicht allein gelassen werden.

5. Es müssen Räume (reale *und* virtuelle) geschaffen werden, in denen sich die Anwender und Anwenderinnen je nach ihrem Autonomiebedürfnis austauschen können.
6. Es sollte auch *innerhalb* der Community *wenigstens* zwei Ansprechpartner/-innen geben, die für das Tool verantwortlich sind.

In der praktischen Arbeit an der Weiterentwicklung der MikroArtikel traten vier Faktoren immer wieder zu Tage, die in logischer Folge zu den grundlegenden Weiterentwicklungen des Tools führten:

- Der *Name* MikroArtikel ist immer noch zu theoretisch.
- Das Tool muss *grafisch aufbereitet* und erklärt werden.
- Der MikroArtikel selbst muss *direkt kommentierbar* sein.
- Jeder Autor will die *Kontrolle über seinen Inhalt* behalten.

#### Wie ein neuer Name für ein neues Tool entsteht ...

Im Grunde geht es in der praktischen Arbeit mit Wissensmanagement-Tools immer um eine Doppelbewegung: die organisationale Wissensbasis anreichern & gleichzeitig die Inhalte vereinfachen; auf Englisch: enrich & simplify. Auf diese Aussage antwortete mir ein Mitarbeiter: „Wenn du das noch normal und ohne theoretisches Blabla rüberbringst, ist es eigentlich *eh ganz simpel!*“

Da hatte er Recht. Ich setzte mich hin und dachte nach über das, was er gesagt und wie er es betont hatte. Nach längerem Nachdenken hatte ich eine Idee und gab ihm zur Antwort: „Ich gebe dir Recht – und einen möglichen Titel für unser Tool hast du auch gleich gefunden. **E(h)-simpel!**“

Von nun an nannten wir unser neues Werkzeug intern nur noch „simpel“ oder englisch „**e-simple**“. Zu unserem eigenen Erstaunen wurde aus dem internen Spiel bei unserem Pilotkunden eine dauernde Einrichtung. „Das sollten wir ganz simpel niederschreiben!“, „Hast du das simpel machen können?“, „Das wär’ was für den Simpel!“, „Das ist so ‚watscheneinfach‘ – wie ein Simpel!“ So wurde aus unserer höchst internen Bezeichnung e(h)-simpel für die Mitarbeiter unseres Kunden die Leitwährung alles Einfachen: der Simpel oder **SimpleFile**.

Seither stößt dieser Name ebenso wie die englische Version e-simple für die elektronische Variante auf ebenso viel Zustimmung wie Ablehnung. Das Grundproblem des Namens ist, dass „simpel“ zwar wertneutral „einfach“ heißt, dass simpel in seiner Bedeutung aber auch etwas Einfältig-Dummes bekommen kann. Und ein Simpel ist auf keinen Fall ein intelligenter Mensch. Jedenfalls ist der Projekttitel geblieben: Simpel. So wie das Tool in seiner Anwendung auch sein soll.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Übrigens ergibt sich im Englischen bei der Übersetzung des „MikroArtikels“ als „MicroArticle“ ein ähnliches Problem: Manch Muttersprachler meint, es sei die Rede von einer klitzekleinen Handelsware im Sinne eines „Artikels“, den man im Kaufhaus erwirbt.

Die grafische Aufbereitung wiederum stellt den Designer vor zwei Grundprobleme:

- Erstens muss eine einfache Grundstruktur gefunden werden, die
- zweitens in ein meist vorhandenes Corporate Design passen muss.

Nicht jede Homepage arbeitet mit einem Content-Management-System, das es erlaubt, verschiedene Vorlage-Schablonen (sog. „Templates“) für unterschiedliche Textsorten zu gestalten. Außerdem sollte die neue Textsorte einen eigenen Charakter entwickeln, schon um ihre Außergewöhnlichkeit zu betonen, ohne jedoch völlig aus dem Organisations-Rahmen zu fallen.

Eine weitere interessante Entdeckung war, dass die Menschen einen „SimpleFile“ nicht nur wie vorgesehen weiterverwenden und weiterschreiben wollen, sondern dass sie ihn auch – wie sie es von ähnlichen Medien gewohnt sind – direkt kommentieren wollen.

Was uns zur wesentlichsten Erweiterung des Mikro-Artikels führt:

#### **Die dialogische Meta-Ebene im Tool selbst**

Einfach ausgedrückt, wird es den Userinnen und Usern möglich gemacht, direkt an den Artikel ein so genanntes „Artikel-Forum“ anzuhängen, in dem sie diesen Artikel – meist auch mit anderen – kommentieren und diskutieren

können. Die Erfahrung zeigt, dass die Diskussionen nie sehr lang sind, was in der eher flüchtigen Natur des Tools liegt.

Niemand gibt auch gern und sofort sein Wissen preis. Wir alle unterscheiden sehr genau, *wem wir was sagen*. In diesem Fall unterscheidet sich ein Unternehmen nicht wesentlich von anderen Organisationen.

Es ist daher von entscheidender Bedeutung, wenn die Erstellerinnen und Ersteller eines simplen Artikels wissen, dass sie selbst entscheiden, wem sie diesen Artikel zugänglich machen wollen, und dass sie diese Rechte auch jederzeit ändern oder neu ordnen können. Auch ein simpler Artikel muss sich durch *unterschiedliche Lese- und Schreibrechte* sowie die Möglichkeit, diese Rechte für beliebig änderbare Gruppen vergeben zu können, auszeichnen.

#### Mögliche Einsatzbereiche der „SimpleFiles“

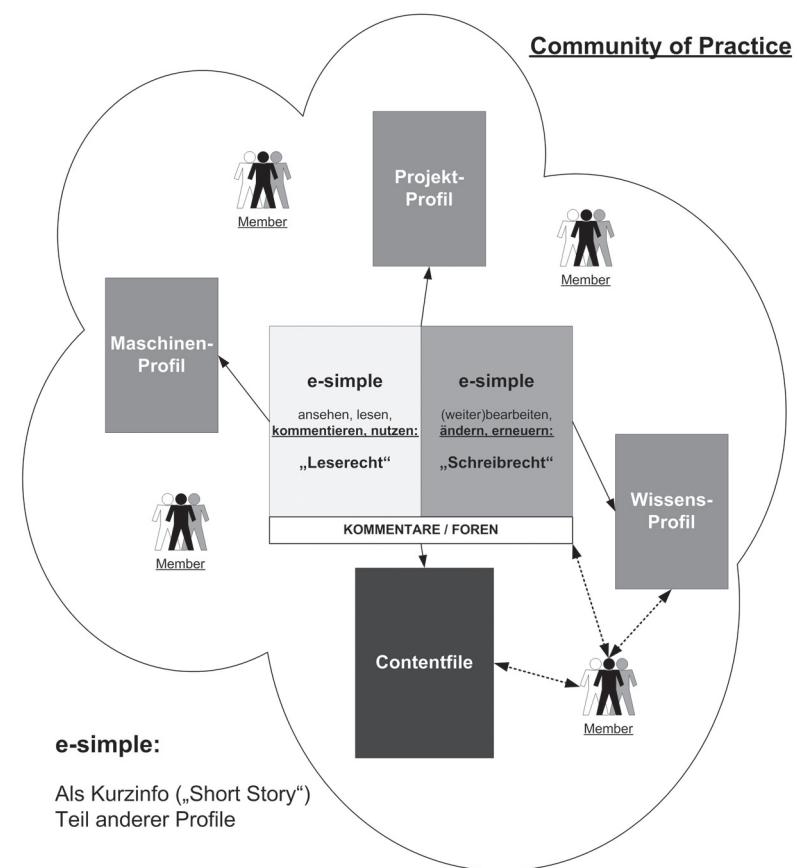
Als „*Basisgen des Wissensmanagements*“ ist das Tool universell einsetzbar. Naturgemäß ergeben sich in der Positionierung von SimpleFiles die besten Anschlussmöglichkeiten in wissensintensiven Bereichen.

#### Die Zukunft des Tools

Es liegt in der Natur der Sache, dass SimpleFiles sich im Rahmen einer *Community of Practice* mit anschlussfähigen Expertinnen und Experten online wie offline, real wie virtuell, am besten vernetzen werden.

Die Zielrichtung ist klar: Der SimpleFile soll wie sein Vorgänger MikroArtikel insofern ein „Öffentliches Gut“

(common good bzw. public good) sein, als jeder und jede es einsetzen und weiterverwenden können soll. Eine Idee, die durch Open-Source-Software mittlerweile auch im Unternehmenssektor salonfähig geworden ist.



© 21stChannels/Zuckriegl, 2005

Abbildung 2: Strukturschema e-simple in einer Community of Practice

### Modellfall Präsentationstool

Wie die bisherigen Gespräche mit den Partnern gezeigt haben, kann das neue Tool auch in völlig überraschenden Anwendungen eingesetzt werden:

Aufbau und Struktur eines simplen Artikels eignen sich zum Beispiel hervorragend zur Präsentation von Inhalten, z. B. in elektronischer Form:

**e-simple statt PowerPoint lautet die Devise!**

### Anschlüsse zu SimpleFiles

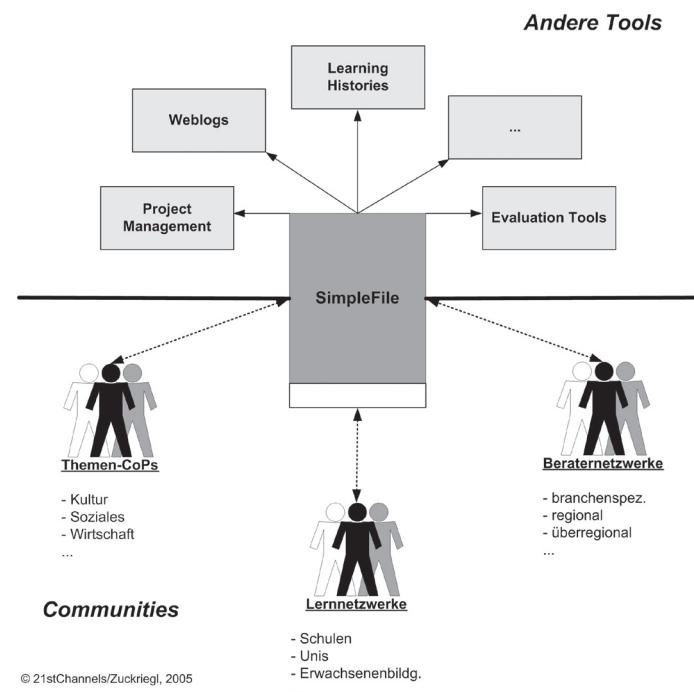


Abbildung 3: Anschlussmöglichkeiten von SimpleFiles zu anderen Tools und Communities

### Modellfall SimpleBlog

Auch in der rasant wachsenden Welt der Weblogs<sup>9</sup> ist besonders der Perspektivenwechsel im Erzählprozess selber, der durch einen SimpleFile auf ebenso einfache wie sinnfällige Weise dargestellt werden kann, von größtem Nutzen.

Mit Hilfe eines „SimpleBlogs“ können auch noch der kleinsten Info-Einheit (dem Micro-Content) in einem Blog neue Aspekte und Anschlussmöglichkeiten abgerungen werden. Womit wir beim aktuellsten Projekt angelangt wären, der „Community Content Creation“ oder kurz „Cubic<sup>3</sup>“. Aber das ist nun wirklich eine ganz andere (Zukunfts-)Geschichte ...

Genau diese Verbindung mit noch nicht gedachten Einsatzmöglichkeiten wird über den weiteren Erfolg der verschiedenen Arten der SimpleFiles – vom e-simple bis zum SimpleBlog – entscheiden.

Und weil Wissen die einzige Ressource ist, die sich durch Teilung vermehrt, wollen wir dieses Wissen auch in Zukunft teilen. In diesem Sinne laden wir alle interessierten Leserinnen und Leser ein, ab nun an diesen neuen Werkzeugen gemeinsam weiterzuarbeiten ...

<sup>9</sup> Vgl. Boelter/Zerfaß (2005)

## Literatur

- Boelter, Dietrich; Zerfaß, Ansgar:** *Die neuen Meinungsmacher.* Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien. Graz: Nausner & Nausner 2005.
- Eigner, Christian; Leitner, Helmut; Nausner, Peter; Schneider, Ursula:** *Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes.* Graz: Nausner & Nausner 2003.
- Graggober, Marion; Ortner, Johann; Sammer, Martin (Hg.):** *Wissensnetzwerke.* Konzepte, Erfahrungen und Entwicklungsrichtungen. Wiesbaden: DUV 2003.
- Loebbert, Michael:** *Storymanagement.* Der narrative Ansatz für Management und Beratung. Stuttgart: Klett-Cotta 2003.
- McDermott, Richard; Snyder, William; Wenger, Etienne:** *Cultivating Communities of Practice.* Boston: Harvard Business School Press 2002.
- Willke, Helmut:** *Systemisches Wissensmanagement.* 2. Aufl., Stuttgart: Lucius und Lucius 2001.
- Willke, Helmut:** *Einführung in das systemische Wissensmanagement.* Heidelberg: Carl-Auer-Systeme 2004.
- Zuckriegl, Franz:** *Unternehmerische Wissensgemeinschaften.* Vertrauen als Geschäftsgrundlage. In: Jandl, Maria; Pauschenein, Jutta (Hg.): E-Learning an der FH JOANNEUM. Beiträge zum 3. E-Learning Tag des Zentrums für Multimediales Lernen. Graz: Nausner & Nausner 2005a, S. 123–136.
- Zuckriegl, Franz:** *Story Telling/Geschichten erzählen.* Entwicklung eines narrativen Werkzeuges, basierend auf den Erfahrungen in unternehmerischen Wissensnetzwerken. Salzburg: Masterthesis, ICCM/SMBs, 2005b.



**Franz Zuckriegl** (geb. 1964 in Eisenerz), Unternehmens- und PR-Berater, geschäftsführender Gesellschafter der 21stChannels Neue Medien Entwicklungs GmbH, ist spezialisiert auf die Betreuung von Clustern, Netzwerken und Wissensgemeinschaften.

Ausgehend von seiner beruflichen Basisqualifikation als Journalist und seinem Studium des Kunst- und Medienmanagements bilden die Erstellung und Vermarktung hochwertigen Contents sowie das PR- und Unternehmenskultur-Consulting weitere Arbeitsschwerpunkte.

Franz Zuckriegl bindet immer wieder StudentInnen von Fachhochschulen in Projekte mit Unternehmen ein. Seit dem WS 2003 hat er auch den Lehrauftrag im Fach Kommunikationsmanagement („Presse-, PR-Arbeit und Journalismus“) an der Kunsthochschule Graz inne.

*E-Mail: fz@21stChannels.com*