

Einmal gebloggt, nie mehr gestoppt

Blogs – Tagebücher im Internet – boomen. Neben persönlichen Diaries tauchen zunehmend Weblogs von Angestellten auf. Auch Gewerkschafterinnen bloggen: In Deutschland hatte ver.di mit seinem Schwarzbuch «Lidl» grossen Erfolg, in der Schweiz macht Unia erste Gehversuche.

«Man behandelte mich, als hätte ich eine ansteckende Krankheit. Ich sass nur noch an der Kasse und wurde nur noch zum Pinkeln abgelöst. Man sprach kein Wort mehr mit mir und ich hatte keinen Samstag mehr frei.» So beschreibt ein ehemaliger Lidl-Verkäufer seine Erlebnisse. Nachlesen kann man dies auf dem Blog der deutschen Gewerkschaft ver.di. Dort hauen gewöhnliche Gewerkschaftsmitglieder wie der schikanierte Verkäufer in die Tasten. Die Texte sind – wie es sich für ein Tagebuch gehört – nach Datum angeordnet. Der neuste Eintrag steht immer oben. Die Leserinnen können ihn kommentieren, verlinken und mit den Autorinnen sowie anderen Leserinnen diskutieren.

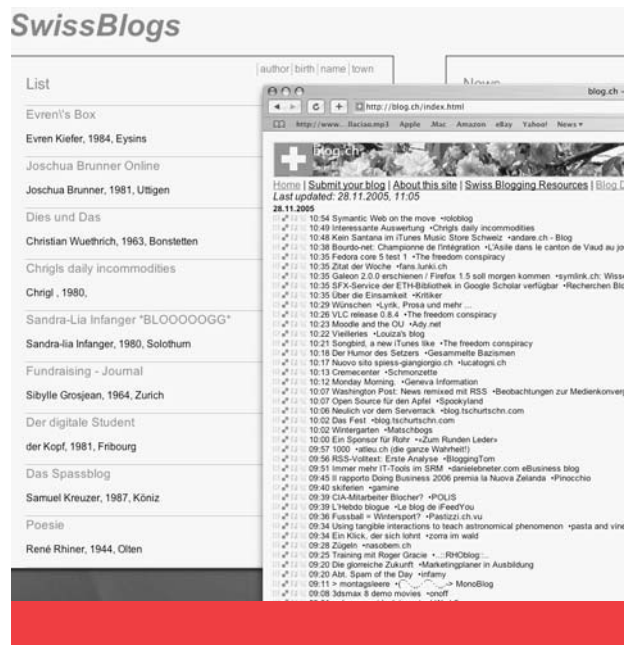
Deutschland machts vor

Nachdem ihr Schwarzbuch Lidl, das die Arbeitsbedingungen beim Discounter skandalisierte, hohe Wellen geschlagen hatte, startete ver.di im letzten Dezember diesen virtuellen Pranger. Mit Erfolg: Einen Monat später berichtete ver.di-Internet-Redaktor Bernd Steinmann von täglich über 13 000 Besuchern. Mit Kontakten zu Lidl-Mitarbeitern in Belgien

BLOGOSPHERE

Um ein dichtes Community-Netz zu knüpfen, setzen Blogger in ihrem eigenen Tagebuch Links auf andere. Das ist eine Sache der Ehre. Die Kommentare (postings) auf die einzelnen Einträge stammen von weiteren Bloggern, die wiederum auf andere verweisen. Eine weitere Form dieser Vernetzung ist das sogenannte Trackback: Eine Bloggerin wird automatisch benachrichtigt, wenn in einem anderen virtuellen Tagebuch auf ihren Eintrag Bezug genommen wurde.

So entsteht das, was in der Fachsprache Blogosphäre genannt wird. Der Clou dabei ist, dass die schriftliche Produktion ihrer Erfahrungen schnell und einfach sichtbar wird: Je mehr Verweise die Blogger untereinander anlegen, umso höher rutschen sie bei einem Thema in den Ergebnislisten von Google und Co.



Schweizer Blog-Verzeichnis: blog.ch und swissblog.ch (Bilder: Screenshots «m»)

und Polen sprengte die Resonanz sogar die Landesgrenzen.

Zurzeit dümpeln die Visits zwar um täglich 500. «Wenn aber die Medien über uns berichten, steigen die Besucherzahlen sofort wieder an. Dasselbe gilt für Aktionen», beobachtet Steinmann.

Neben dem Lidl-Blog betreiben die gewerkschaftlichen Vernetzungsstrategen noch drei weitere Tagebücher (Arbeiterinnen, Feuerwehr und Governet). Und seit das Lidl-Schwarzbuch erschienen ist, hat der Discount-Multi zumindest aufgehört, unliebsame Mitarbeiter in die Kündigung zu treiben. Da wundert es nicht, wenn Europas grösste Gewerkschaft (2,5 Mio Mitglieder) im Dezember mit einem europäischen Schwarzbuch Lidl nachdoppeln wird.

Mit Interesse verfolgt Nico Lutz, Pressesprecher der Gewerkschaft Unia, das blogophile Treiben von ver.di. Denn mit dem Markteintritt von Aldi hat die Geiz-ist-geil-Welle inzwischen auch die Schweiz erfasst. Aber auch die Unia ist im Cyberzeitalter angekommen, wie erste

Erfahrungen mit Arbeitskämpfen im virtuellen Raum (Webaktionen zu Carrefour und Migros) zeigen. Zudem verweist Lutz auf das «gut-besuchte Diskussionsforum» (Unia/mitreden). Ob Unia wie ver.di der-einst bloggen lasse, sei derzeit «noch offen» – und vor allem eine Frage der persönlichen Ressourcen. Roland Kreuzer, Kopräsident von comedia, die in den nächsten Monaten ihren Webauftakt überarbeiten wird, findet die ver.di-Blogs inspirierend. «Wir beobachten das genau. Gewisse Ansätze werden wir sicher in unser Konzept einfließen lassen.»

Immer mehr Angestellte tauchen beim Arbeiten in die Blogwelt ein. Das Branchenmagazin Advertising Age schätzt, dass alleine in den USA 35 Millionen Berufstätige während ihres Broterwerbes Weblogs ansurfen. Offenherzig breiten dabei einige – für die ganze Welt einsichtbar – Vertrauliches aus, tratschen über ihre Bosse und ArbeitskollegInnen. Im Land der unbegrenzten Möglichkeiten bezahlten einige Blogger diese Unvorsichtigkeit denn auch mit dem Verlust ihres Arbeitsplatzes.

Der «Spiegel» witterte eine Geschichte, nahm die Spur auf und warnte reisserisch die Leserschaft vor der Teilnahme an ver.di-Blogs. Doch die Recherchierspezis des Hamburger Nachrichtenmagazins, dessen Chefredaktor wenig bis nichts von Weblogs hält, konnten keinen einzigen konkreten Fall erhärten. Gegenüber «m» versichert ver.di-Redaktor Bernd Steinmann, dass «wirklich niemand» aufgrund seines Blog-Engagements gefeuert worden sei. Zudem trügen die Leute Decknamen, alle Blogger seien völlig anonymisiert. Auch verbiete es sich, vom Arbeitsplatz aus zu bloggen. Die auf Online- und Wettbewerbsrecht spezialisierte Rechtsanwältin Ute Rossenhövel bestätigt, dass in Deutschland bisher noch kein derartiger Fall vor einem Arbeitsgericht verhandelt wurde.

Die Zürcher Medienanwältin Regula Bähler betont, dass hierzulande für das Internet die gleichen Regeln gelten wie sonst auch. Und: «Wenn sie über ihren Arbeitsplatz berichten, dürfen sie nur dann identifizierend schreiben oder Bilder

wahrnehmbar machen, wenn die betroffenen Personen entweder damit einverstanden sind oder wenn ein überwiegendes öffentliches Interesse daran besteht. Zudem haben sie Geschäftsgeheimnisse zu wahren.» Helvetische Präzedenzfälle sind ihr keine bekannt – auch keine gewöhnlichen Fälle, ohne Präzedenzcharakter.

Erfolg «spürbar»

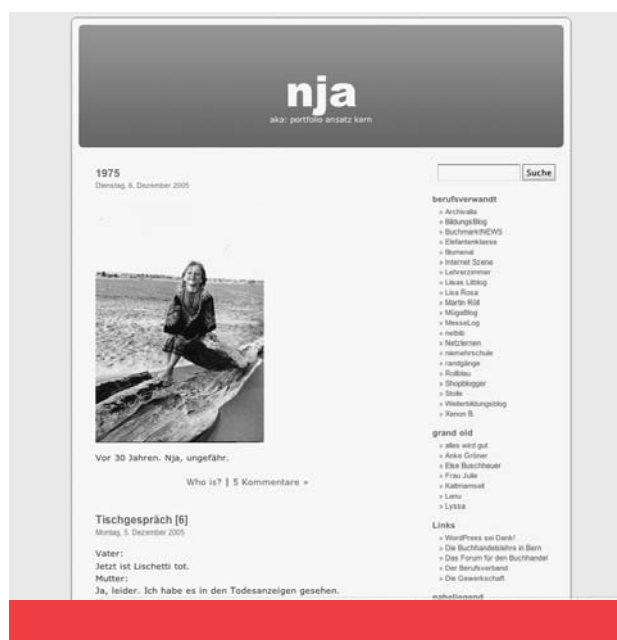
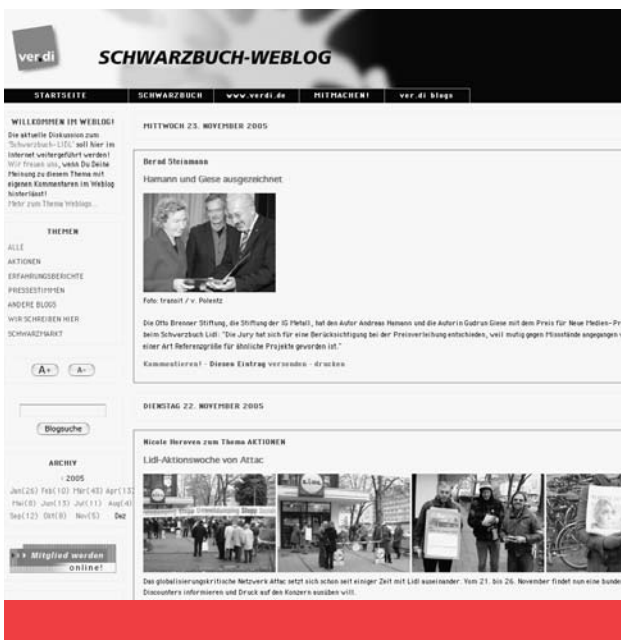
Nun gibt es auch Unternehmen, die das Internet-Tagebuch als zusätzliches Medium für Angestellte und Kunden entdeckt haben und es gezielt einsetzen – sogenannte Corporate Blogs. Neben den paar üblichen Verdächtigen aus der IT- und PR-Branche ragt vor allem der Blog der Berner Buchhandlung Münstergasse (Müga) heraus. Konzipiert und kreiert hat ihn die Buchhändlerin Tanja Messerli. Plumpe PR ist nicht ihr Ding – dafür witzige, heitere, zuweilen auch tiefsinnige Betrachtungen zur Welt zwischen und neben den Buchdeckeln. Mit bis zu täglich 500 Besuchern und Besucherinnen gehört dieses Blog zu den meistbe-

DIE WICHTIGSTEN ADRESSEN

- <http://blog.ch/resources/bloglist.html> – Das Weblog-Verzeichnis von Mathias Gutfeldt, der selber bloggt.
- <http://www.blog.ch/> – Auf blog.ch, ebenfalls von Mathias Gutfeldt, werden jeweils die aktuellsten Einträge der Schweizer Blogs angezeigt.
- <http://www.swissblogs.com/>
- <http://www.muenstergass.ch/blog/> – Buchhandlung Münstergasse
- <http://www.nja.ch/> – Tanja Messerlis persönlicher Blog
- <http://www.jeno.ch/weblog/> – Konrad Jeker, bloggrender Anwalt aus Solothurn
- <http://www.verdi-blog.de/lidi>
- <http://www.verdi-blog.de/arbeiterinnen>
- <http://www.verdi-blog.de/Governet>
- <http://www.technorati.com/> – Grösste Blog-Suchmaschine

achteten in der Schweiz. «Der geschäftliche Erfolg ist zwar nicht messbar», meint sie, «aber spürbar.» Inzwischen hat die Bernerin auch ein mehr oder weniger persönliches Blog (nja) gestartet – schön gestaltet und gut strukturiert auch dieses. Neben bildungspolitischen Themen offenbart sie dort eine Affinität für migrationspezifische und interkulturelle Themen. Ihre Gedanken und Meinungen etwa zu den brennenden französischen Vorstädten muss man zwar nicht immer teilen, sind aber trotzdem lesenswert.

Daniel Bouhafs



Das Schwarzbuch Lidl von ver.di hat hohe Wellen geschlagen.

Tanja Messerli persönliche Weblog.