

Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes  
FACHBEREICH BETRIEBSWIRTSCHAFT

STUDIENGANG: Internationale Betriebswirtschaft (B.A.)

Hausarbeit im Fach Rhetorik

---

THEMA:                   Weblogs

---

NAME:                    Bitterlich   VORNAME: Marcus

STRASSE:                Halbergstraße 55

WOHNORT:               D-66121 Saarbrücken

MATRIKEL-NR.:         3425754

BETREUER:              Prof. Dr. Gustav Vogt

ABGABEDATUM:         21.Juni 2006

„Men used to go fishing when they wanted to get away from 'the wife' and swap smutty jokes. Now they take up blogging.”

*(Catherine Bennett)*

## **Inhaltsverzeichnis**

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| <b>1</b> | <b>Einleitung</b>                        | <b>3</b>  |
| <b>2</b> | <b>Begriffe und Definitionen</b>         | <b>3</b>  |
| <b>3</b> | <b>Typen von Weblogs</b>                 | <b>4</b>  |
| <b>4</b> | <b>Technik eines Weblogs</b>             | <b>7</b>  |
| 4.1      | Kommentieren . . . . .                   | 9         |
| 4.2      | Abonnieren – Feeds . . . . .             | 10        |
| 4.3      | Benachrichtigen – PingBack und TrackBack | 10        |
| <b>5</b> | <b>Slashdotting</b>                      | <b>11</b> |
| <b>6</b> | <b>Schlussbemerkung</b>                  | <b>11</b> |
|          | <b>Literaturverzeichnis</b>              | <b>13</b> |
|          | <b>Blogs of Notice</b>                   | <b>15</b> |
|          | <b>Versicherung</b>                      | <b>17</b> |
| <b>7</b> | <b>Versicherung</b>                      | <b>17</b> |

## 1 Einleitung

Der Werbe-Guru Jean-Remy von Matt hat sie als „Klowände des Internets“ beschimpft<sup>1</sup>, US-Präsident Bill Clinton brachten sie fast um sein Amt<sup>2</sup>: *Weblogs* – kurz auch: *Blogs*.

Diese Arbeit widmet sich dem *Phänomen Weblog*[8]. Einer Klärung von Begriffen und Definitionen in Kapitel 2 folgt eine Typologie (Kapitel 3). Die unterschiedlichen Ausprägungen werden anhand von Beispielen dargestellt, charakterisiert und eingeordnet.

Unvermeidlich schließt sich im Kapitel 4 eine Zusammenfassung des *state of the art* in Sachen Weblog-Technologie an, wobei der Schwerpunkt auf einer allgemeinverständlichen Beschreibung der Anwendung sowie des Zugangs liegt. Ziel ist es, den nicht einschlägig vorbelasteten Leser über möglichst niedrige Hemmschwellen an das Bloggen als einer neuen, faszinierenden Spielart menschlicher Kommunikation heranzuführen.

## 2 Begriffe und Definitionen

Der Begriff *Blog* steht als Abkürzung für *Weblog*<sup>3</sup> – beide Formen werden synonym verwendet. *Weblog* wiederum ist eine verballhornende Zusammenziehung der Begriffe *World Wide Web* – abgekürzt *Web* – sowie des Wortes *log*, einer der Seefahrt entlehnten Bezeichnung für Tagebücher beziehungsweise Journale<sup>4</sup>.

Eine besondere Konnotation erhält die Bezeichnung *Weblog* durch das in der Computer- und Software-Branche für die Protokollierung von Systemfehlern benutzte *log file* –

<sup>1</sup>[http://www.jensscholz.com/2006\\_01\\_01\\_archive.htm#113762765814900254](http://www.jensscholz.com/2006_01_01_archive.htm#113762765814900254)

<sup>2</sup><http://www.drudgereport.com/ml.htm>

<sup>3</sup>s. [1], S.1

<sup>4</sup>Im Deutschen ist der Begriff *Logbuch* geläufig.

einer Datei, die Fehlermeldungen in chronologischer Reihenfolge sammelt.

Es handelt sich bei einem Weblog kurz gefasst um ein Dokument, das im Internet publiziert und fortlaufend aktualisiert wird. Wesentliches Charaktermerkmal sind dabei die umgekehrt chronologisch geordneten Einträge, auch *postings* genannt. Diese protokollartig verfassten Dokumente dienen – allgemein formuliert, detailliertere Darstellungen folgen – dem „Auslösen einer Konversation“<sup>5</sup>:

„The weblog [...] is a webpage on which the author publishes pieces with the intention to start conversation.” (Elmine Wijnia)

Es wird in der Szene<sup>6</sup> der mithilfe von Weblogs kommunizierenden ein heftiger Streit darüber geführt, warum oder warum nicht Weblogs als *elektronische Tagebücher* zu bezeichnen sind. Die Blogger<sup>7</sup> beziehen durchaus einen wesentlichen Teil ihres publizistischen Selbstverständnisses zum Beispiel als Journalisten, Literaten – oder eben Tagebuchautoren – aus diesem jeweils individuell interpretierten Paradigma.

### 3 Typen von Weblogs

Laut Unger [7] und anderen wurde das erste Weblog nach heutigem Verständnis von Tim Berners Lee, dem „Erfinder“ der graphisch orientierten Version des Internets, dem *World Wide Web*, geführt. Unter dem Rubrum „What’s new?“ veröffentlichte er seit 1992 aktuelle Internet-bezogene Nachrichten.

Eine instruktive Kategorisierung verbreiteter Typen von Weblogs liefern Schmidt et al. [5]. Demnach lassen sich im

---

<sup>5</sup>s. [8], S.4 (eigene Übersetzung)

<sup>6</sup>sog. *Blogosphäre* oder *blogosphere*

<sup>7</sup>Bezeichnung für jemanden, der ein Blog betreibt

wesentlichen Tagebücher, Medien der Organisationskommunikation (extern wie intern), (quasi-)journalistische Publikationen, sowie Medien der Expertenkommunikation und des persönlichen Wissensmanagements unterscheiden<sup>8</sup>.

Während *Tagebuch* wohl ein selbsterklärender Begriff ist, bedürfen die nachfolgend aufgeführten Typen einiger erläuternder Worte.

### Medien der Organisationskommunikation

Als Mittel sowohl der internen wie auch der externen Organisationskommunikation finden Weblogs vermehrt Beachtung. Unter dem Schlagwort *corporate blog*<sup>9</sup> lassen sich in Deutschland die Seiten so unterschiedlicher Organisationen wie m-e-x<sup>10</sup>, der FROSTA AG<sup>11</sup> oder der Partei Bündnis 90/Die Grünen<sup>12</sup> subsumieren.

Zweck ist – ganz im Sinne klassischer *public relations* – organisationsrelevante oder -bezogene Informationen zu transportieren. Völlig gleichgültig, ob Krisenmanagement, Produkt- und/oder Marken-Kommunikation – viele bekannte Mittel unternehmerischer und organisationaler Kommunikationspolitik lassen sich nicht nur auf Weblogs übertragen, sondern zusätzlich um direkte, bislang nicht verfügbare Kommunikationskanäle ergänzen<sup>13</sup>.

---

<sup>8</sup>Vgl. [5], S.2

<sup>9</sup>wörtlich übersetzt handelt es sich dabei um „Unternehmens-Weblogs“, der Begriff ist jedoch auch allgemein für die Weblogs von Organisationen gebräuchlich, s. [9]

<sup>10</sup><http://www.m-e-x.de/blog/>, eine Initiative der Wirtschaftsjunioren Frankfurt e.V.

<sup>11</sup><http://www.blog-frosta.de/>, ein großer deutscher Lebensmittelproduzent

<sup>12</sup><http://blog.gruene.de/>

<sup>13</sup>s. Kapitel 4.1

## Journalistische Publikationen

Dieser Typus von Blogs wurde zeitweilig als die größte Bedrohung klassischer<sup>14</sup> Medien betrachtet. Zwischenzeitlich hat sich diese Hysterie angesichts kaum veränderter Auflagenzahlen bei Tageszeitungen und Zeitschriften deutlich gelegt.

Nichtsdestotrotz steigt die Bedeutung journalistisch geprägter Weblogs. Hervorzuheben sind Projekte wie das vom F.A.Z.-Redakteur Stefan Niggemeier mitverantwortete BILDblog<sup>15</sup>, einem sogenannten *watch blog*<sup>16</sup>. Hier wird die Print- und Onlineausgabe der BILD-Zeitung kommentiert und analysiert. Die kritische Betrachtung und Bewertung der journalistischen Praxis bei Deutschlands auflagenstärkster Boulevardzeitung war u.a. dem Adolf-Grimme-Institut die Verleihung des *Grimme Online Award Information*<sup>17</sup>, sowie dem Netzwerk Recherche den *Leuchtturm-Sonderpreis für besondere publizistische Leistungen*<sup>18</sup> wert.

## Medien der Expertenkommunikation und des persönlichen Wissensmanagements

Burg [2] prägt für diesen Typus den Begriff *K-Log*, was für *Knowledge-Log* steht. Darunter fallen einfache Wissensmanagement-Werkzeuge, die „personen- und/oder arbeitsgruppenbezogen Wissen und Erfahrungen“<sup>19</sup> erfassen und im firmen-, beziehungsweise organisationsinternen Netz publizieren. Auf diese Weise können Experten (Sachbearbeiter) auf verschiedensten Gebieten ihre tägliche Wertschöpfung kommunizieren [und (d.Verf.)] sich damit

---

<sup>14</sup> scherzhaft: *totes-Holz-basiert*

<sup>15</sup> <http://bildblog.de>

<sup>16</sup> von *to watch* [engl.] = beobachten

<sup>17</sup> [http://www.grimme-online-award.de/de/preistraeger/preistraeger\\_2005/bildblog.htm](http://www.grimme-online-award.de/de/preistraeger/preistraeger_2005/bildblog.htm)

<sup>18</sup> <http://netzwerk-recherche.de/presse/index.php?pageid=147>

<sup>19</sup> Vgl. [2], S.8

eine firmeninterne Reputation verschaffen<sup>20</sup>. Burg [2] weiter: „Die Tatsache, dass Informationen nicht mehr in Email-Programmen, Netzlaufwerken oder persönlichen Bookmarklisten verschwinden, sondern personen- und datumsbezogen erschließbar sind, erhöht auf einfache Weise die Präsenz von Wissen und reduziert gleichzeitig die Anforderungen an die EDV-Ressourcen.“

Nicht zu vernachlässigen ist neben den vorgestellten „reinen“ Typen eine zahlenmäßig vermutlich wesentlich größere Gruppe von hybriden Mischformen. Zwischen Experten-Weblogs und Tagebüchern changierend, politische Aktualität mit wissenschaftlichen Notizen verbindend – Themen und Schwerpunkte sind selten klar einzugrenzen, wechseln zudem häufig grundlegend – je nach Stimmung oder Interessenlage des oder der Autoren.

## 4 Technik eines Weblogs

Was die technische Umsetzung von Weblogs angeht, dominieren laut Przepiorka [4] drei Ansätze das Geschehen:

- einfache Systeme
- Weblog-Provider
- Desktop-Systeme

### Einfache Systeme

Auf einem Internet-Server wird eine Weblog-Software installiert, zum Beispiel das weit verbreitete und beliebte *WordPress*<sup>21</sup>. Dieses stellt dem Anwender eine Art einfaches Textverarbeitungssystem zur Verfügung, auf das er mit

---

<sup>20</sup>a.a.O.

<sup>21</sup><http://wordpress.de>

einem beliebigen Internet-Browser zugreifen kann. Diese *einfachen Systeme* können hochgradig individualisiert werden, dem versierten Nutzer bieten sich vielfältige Designmöglichkeiten.

Größter Vorteil dieser Variante ist die vollständige Kontrolle über das eingesetzte System. Womit gleichzeitig auch der schwerwiegendste Nachteil benannt wäre: Volle Verantwortung – vor allem für die Technik. Letzteres wird jedoch in aller Regel aufgewogen durch eine Vielzahl weiterer Vorteile wie die von nahezu jedem mit Internetzugang ausgestatteten Ort der Welt mögliche Publikation und systemseitige Anpassung.

### **Weblog-Provider**

Unter die Kategorie Weblog-Provider fallen Anbieter wie *blogger.com*<sup>22</sup> oder *blogg.de*<sup>23</sup>. Diese bieten potenziellen Bloggern eine „Heimat“, indem sie mehrbenutzerfähige Systeme auf einem Internet-Server anbieten. Die Weblogs der registrierten Nutzer sind dann unter einer Internet-Adresse nach dem Muster *blog\_name.blogg.de* erreichbar. Für den Anwender resultieren daraus die Vorteile, nicht selbst Speicherplatz anmieten zu müssen und die technischen Details im wesentlichen ignorieren zu können. Der Akt des Bloggens reduziert sich auf das Formulieren und Publizieren von Inhalten.

Nachteilig an dieser Lösung ist die regelmäßig beschränkte Auswahl an verfügbaren Designs sowie der unter Umständen zu massiven Verzögerungen in der Bedienung führende Charakter eines Mehrbenutzersystems: Je mehr Nutzer mit dem System arbeiten, umso langsamer reagiert es auf Befehle.

---

<sup>22</sup><http://www.blogger.com>

<sup>23</sup><http://www.blogg.de>

## Desktop-Systeme

Weblog-Systeme wie *Movable Type*<sup>24</sup> ähneln charakterlich klassischen Textverarbeitungs-Systemen wie *Microsoft Word*, da sie auf dem Computersystem des Anwenders installiert werden. Die generierten Dokumente werden auf einen separaten Internet-Server übertragen. Es erfolgt somit eine funktionale und geographische Trennung zwischen Editieren und Publizieren. Die Vorteile sind, vergleichbar den einfachen Systemen, im Bereich weitgehend freier Gestaltbarkeit zu finden. Ähnlich – wenngleich unvergleichlich dramatischer – stellen sich die Probleme dieser Lösung dar. Während bei den genannten einfachen Systemen die technische Basis in Form von Computer- und Netzwerkausrüstung von professionellen Anbietern gestellt und gewartet wird, Sicherheitskopien routinemäßig erstellt werden, ist dies bei Desktop-Systemen allein in die Verantwortung des Nutzers gestellt.

### 4.1 Kommentieren

Geradezu konstituierend für die Publikations-Spezies Weblog ist die in fast jedem System verfügbare Kommentarfunktion. Przepiorka [4] konstatiert, dass die Idee des Kommentierens zwar nicht neu sei, „aber da im Gegensatz zu einem Forum keine spezielle Anmeldung nötig ist, ist die Hemmschwelle für einen Kommentar sehr niedrig. Zudem lassen sich in einem Weblog Diskussionen besser steuern, weil das Thema durch den Betreiber des Weblogs vorgegeben [wird (d.Verf.)] und weil die Leser innerhalb der Website keine eigene Möglichkeit haben, neue Diskussionsthemen in Form eines neuen Beitrages zu initialisieren.“<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup><http://www.movabletype.org/>

<sup>25</sup>Vgl. [4], S.22

Die Attraktivität der Kommentarfunktion zeigt sich beispielhaft an den Anmerkungen der Leser zum „Fall Jamba“<sup>26</sup>. In seinem Posting hatte der Berliner Journalist Johnny Haeusler die ethisch fragwürdigen Geschäftspraktiken des Klingelton-Vertreibers Jamba karikiert und ironisiert. In der Folge wurde sein Blog *Spreeblick*<sup>27</sup> derart von Kommentaren überschwemmt, dass er die Kommentarmöglichkeit abschalten musste, um nicht dem Slashdot-Effekt<sup>28</sup> zum Opfer zu fallen.

## 4.2 Abonnieren – Feeds

RSS als Spielart der weit verbreiteten Sprache XML steht als Kürzel für *Really Simple Syndication*, also in etwa „wirklich einfache Mehrfachverwertung“<sup>29</sup>. Dafür werden die Beiträge eines Weblogs über ein einheitliches Datenformat – eben RSS – zur Verfügung gestellt und können so relativ einfach in andere Weblogs oder sogenannte *Feed Reader*<sup>30</sup> eingebunden werden. Ein Beispiel für die Aggregation von RSS-Daten unterschiedlicher Anbieter und den damit verbundenen Nutzen bildet der Service *Saarblogger*<sup>31</sup>. Auf dieser Internet-Seite werden – automatisiert – die RSS-Feeds (=Datenströme) der dem Betreiber bekannten saarländischen bzw. Saarland-affinen Weblogs übersichtlich zusammengefasst.

## 4.3 Benachrichtigen – PingBack und TrackBack

Mit *PingBack* und *TrackBack*<sup>32</sup> wird eine Technik bezeichnet, die es ermöglicht, Benachrichtigungen zwischen We-

<sup>26</sup><http://spreeblick.com/index.php?p=324>

<sup>27</sup><http://www.spreeblick.com>

<sup>28</sup>s. Kapitel 5

<sup>29</sup>Vgl. [6], S.71

<sup>30</sup>eine Art Leseprogramm

<sup>31</sup><http://www.saarblogger.de>

<sup>32</sup><http://www.optiniche.com/blog/117/wordpress-trackback-tutorial/>

blogsystemen auszutauschen. Bei einem Verweis zu einem bestehenden Weblogeintrag wird der ursprüngliche Autor automatisch durch den Versand eines kleinen Datenpakets kontaktiert, dessen System wiederum kann dann die von ihm verlinkten Adressen und Systeme benachrichtigen – und so weiter.

Modellhaft funktioniert dies in etwa so: A veröffentlicht einen Beitrag in seinem Weblog. B liest diesen Beitrag und kommentiert ihn – unter Setzen eines Links auf A's ursprünglichen Beitrag – auf seinem eigenen Blog. Mithilfe von PingBack kann B's Weblog-System nun A davon informieren, dass A's Beitrag verlinkt wurde, und A kann diese Information in seinem Weblog integrieren<sup>33</sup>.

## 5 Slashdotting

Ein besonderes Phänomen innerhalb der Blogosphäre wird unter der Bezeichnung *slashdotting* diskutiert. Es bezieht sich auf den sogenannten Slashdot-Effekt [3]. Die – in Fachkreisen – extrem populäre Website *Slashdot*<sup>34</sup> sorgte schon oft durch das reine Verweisen auf die Inhalte Dritter für derart intensiven Datenverkehr, dass der Internet-Server des Drittanbieters zusammenbrach. In Deutschland war dieser Effekt im Zusammenhang mit dem Online-Angebot des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel*<sup>35</sup> oder der Nachrichtenseite des Heise-Verlags<sup>36</sup> zu beobachten.

## 6 Schlussbemerkung

Bloggen kann jeder – die Frage lautet nur, was und warum. Attraktiv ist Bloggen für jeden, der sich in den im Kapi-

---

<sup>33</sup>Vgl. <http://www.hixie.ch/specs/pingback/pingback>

<sup>34</sup><http://slashdot.org/>

<sup>35</sup><http://www.spiegel.de>

<sup>36</sup><http://www.heise.de>

tel 3 vorgestellten Typen wiederfindet. Hieraus lässt sich schnell ableiten, was inhaltlich sinnvoll oder gar geboten ist.

Andererseits ist gerade die völlige Freiheit des selbstverantworteten Publizierens im Internet die institutionalisierte Aufforderung, neue Wege zu beschreiten, neue Themen zu bearbeiten, *anders* zu schreiben. Wegfallende technische Barrieren erleichtern den Zugang auch nicht-technikaffinen Surfern. Die zwischenzeitlich ausgereiften Werkzeuge machen Bloggen zu einer zusätzlichen Kulturtechnik, die ein Mehr an Partizipation, Entfaltung, Erleben und Lernen verspricht.

## Literatur

- [1] vanden Berghen, C.: Recherche et veille sur les blogs, unter: <http://www.chim.ucl.ac.be/CHIM/blogs.pdf>, Abruf am 08.06.2006
- [2] Burg, T. N.: MonsterMedia - Zum Neuartigen angesichts von Weblogs, unter: <http://randgaenge.net/gems/PDF/MonsterMediaDeutsch.pdf>, Abruf am 08.06.2006
- [3] Halavais, A. M. C.: The Slashdot Effect: Analysis of a Large-Scale Public Conversation on the World Wide Web, unter: <http://alex.halavais.net/research/diss.pdf>, Abruf am 08.06.2006
- [4] Przepiorka, S.: Weblogs und deren technische Umsetzung, unter: <http://www.tzwaen.com/publikationen/diplomarbeit/diplomarbeit-weblogs.pdf>, Diplomarbeit, 2003, Abruf am 08.06.2006
- [5] Schmidt, J., Schönberger, K., Stegbauer, C.: Erkundungen von Weblog-Nutzungen - Anmerkungen zum Stand der Forschung, unter: [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4\\_2005\\_Schmidt\\_Schoenberger\\_Stegbauer.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2005_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer.pdf), Abruf am 08.06.2006
- [6] Schweiger W.: Weblogs in der Wissensgesellschaft - Nutzungsmöglichkeiten von Weblogs für wissenschaftlich relevante Themen, unter: <http://static.twoday.net/gang/files/Master-Thesis.pdf>, Master-Thesis, 2006, Abruf am 08.06.2006
- [7] Unger, F.: Die Blogosphäre - Inhaltliche Strukturen deutschsprachiger Weblogs, unter:

<http://twoday.net/static/neuronal/files/magisterarbeit.pdf>, Magisterarbeit, 2005, Abruf am 08.06.2006

[8] Wijnia, E.: Understanding Weblogs: a communicative perspective, unter: [http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia\\_understandingweblogs.pdf](http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia_understandingweblogs.pdf), Abruf am 08.06.2006

[9] Zerfaß, A.: Corporate Blogs: Einsatzmöglichkeiten und Herausforderungen, unter: <http://www.zerfass.de/CorporateBlogs-AZ-270105.pdf>, Abruf am 08.06.2006

## Blogs of Notice

|                    |   |
|--------------------|---|
| BILDblog           | <a href="http://www.bildblog.de">http://www.bildblog.de</a>                           |
| burbblog           | <a href="http://burbblog.marcusbitterlich.de">http://burbblog.marcusbitterlich.de</a> |
| Glück Auf!         | <a href="http://www.andreas.de/wordpress/">http://www.andreas.de/wordpress/</a>       |
| Drudge Report      | <a href="http://www.drudgereport.com">http://www.drudgereport.com</a>                 |
| jensscholz.com     | <a href="http://www.jensscholz.com">http://www.jensscholz.com</a>                     |
| lautgeben          | <a href="http://www.lautgeben.de">http://www.lautgeben.de</a>                         |
| Saarblogger        | <a href="http://www.saarblogger.de">http://www.saarblogger.de</a>                     |
| Schockwellenreiter | <a href="http://www.schockwellenreiter.de">http://www.schockwellenreiter.de</a>       |

## **Credits**

Ich danke Andreas Schepers für die zahlreichen Literatur-Tips, Birgit Will für die konstruktive Kritik, Jörg Kantel für die Infektion mit dem Weblog-Virus und Jürgen Klinsmann für seine offensive Taktik.

## **7 Versicherung**

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und nur unter Benutzung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Wörtlich übernommene Sätze und Satzteile sind als Zitate belegt, andere Anlehnungen hinsichtlich Aussage und Umfang unter Quellenangabe kenntlich gemacht.

Saarbrücken, 20.Juni 2005