

Dauerunterversorgung der Dokumentation?

Fristet im Software-Unternehmen die Technische Dokumentation das Leben eines unterversorgten Patienten? Vorschläge an die Redakteure und Geschäftsführer für die Zeit bis zur nächsten Visite.

Innovation immer mit Gewinn?

Vorigen Sommer verschlug es meine Familie wieder in den Freizeitpark IKEA. Ein Abstecher in den Sanitärbereich des Restaurants ließ mich schmunzeln: die Nachbartür war mit etwas mehr Text versehen als meine ersehnte!

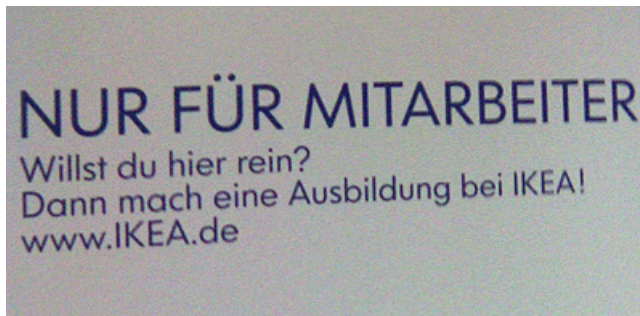


Abb. 1: Da kann keiner böse sein.

Noch lange habe ich überlegt, warum eine Tür mich zum Schmunzeln bringen konnte. Ich bemühte intellektuelle Konzepte wie *Kontext* oder *Emotion*. Immerhin hatte der Verfasser es geschafft, ein Verbot, eine Entschuldigung für eine verschlossene Tür in einen Sympathieträger umzumünzen! Doch nach einigen Tagen war ich dann bereit, es mir einzugestehen. Es war purer Neid! Nicht so sehr auf den Spruch, sondern dass dieser sich auf Tausenden von Türen ausbreiten konnte! Was muss das für eine innovative Geschäftsführung sein, in dessen Biotop nicht nur solche Ideen entstehen, sondern diese auch realisiert werden! Es ist bestimmt weniger aufwendig, für den Kundensupport ein Twitter-Account einzurichten, als Tausende Türen zu kennzeichnen. Trotzdem wird Ihnen Ersteres im Softwareunternehmen nicht so schnell gelingen!

Überall im Netz wird von Technischen Redakteuren die mangelnde Unterstützung für eine professionellere Dokumentation beklagt. Oft herrscht im Softwareunternehmen die Mentalität des *Jeder kann schreiben* vor. Ich bildete mir ein, dass eine rudimentäre Technische Redaktion ähnlich zu werten ist wie diese Tür: als Indikator für die Innovationskultur im Unternehmen - also ebenfalls rudimentär. Bis Ute Klingelhöfers Frage *Warum sollte man in die Technische Redaktion investieren?* die Problematik der Dauerunterversorgung wieder auf die Füße stellte. Dieser Artikel soll Redakteuren helfen, die Gegenwart im Softwareunternehmen zu verstehen und sie befähigen, Ihre Kraft auf innovative Veränderungen in der Zukunft des Unternehmens zu verwenden.

Wie sieht die Gegenwart aus?

Tatsächlich haben viele Softwareunternehmen ein relativ großes Callcenter. Darin kümmern sich die Supporter am Telefon rührend um die Hilfesuchenden. Der Schulungsraum ist immer ausgebucht und viele Supporter bieten Schulungen beim Kunden vor Ort an. Warum sollten Geschäftsführungen also Ausgaben tätigen, wenn die Kasse schon so richtig klingelt? Mark Bakers Antwort auf die Fragestellung, warum man in die Dokumentation investieren soll, brachte das zum Ausdruck, was Technische Redakteure schon immer geahnt haben: Es gibt keine Statistik, die zeigt, dass Softwareunternehmen mit rudimentärer Dokumentation geringere Gewinne erwirtschaften als Unternehmen mit gut dokumentierten Produkten!

Mark Baker erklärt, warum es so wichtig ist, in der Sprache derer zu reden, die wir erreichen wollen: nämlich die Geschäftsführung eines Unternehmens sowie sämtliche Mitarbeiter ausserhalb der Technischen Dokumentation! Was machen jedoch wir Redakteure? Wir behaupten, dass nur wir die Sprachgewandtheit haben, komplizierte Dinge und Abläufe prägnant in Anleitungen zu formen und zu kommunizieren. Und prompt müssen wir erfahren, wie plötzlich der Gesprächspartner den Umkehrschluß zieht und erbost reagiert: "Heißt das, alle anderen können das nicht?!".



Abb. 2: Sorgen Sie dafür, dass Ihre Dokumentation von allen gefunden werden kann.

Sämtliche Mitarbeiter erwarten von der Geschäftsführung, dass das Unternehmen Gewinne erwirtschaftet. Und das tun die meisten Softwareunternehmen. Wenn wir also mehr Engagement des Unternehmens in die Dokumentation einfordern, kann die Fragestellung nur lauten: Wieso sollten trotz Unternehmensgewinn Ausgaben in die Technische Dokumentation fließen? Es wird sehr schwer werden, dies mit Zahlen zu untermauern.

Das Wort *Mitarbeiter* verdient noch nähere Betrachtung, denn tatsächlich beklagen meistens festangestellte Redakteure, dass an der Dokumentation im Unternehmen gespart wird. Freiberufler beklagen dies viel weniger. Zeitarbeiter und Redakteure mit befristetem Arbeitsvertrag habe ich noch nie über den geringen Stellenwert der Dokumentation klagen hören. Es ist schon ein Paradoxon: Die Unternehmen, die den Redakteuren eine Festanstellung bieten, geben das meiste Geld für die Dokumentation aus. Doch genau diesen Redakteuren bleibt es vorbehalten, über die Wichtigkeit der Dokumentation im Unternehmen nachzudenken. Womöglich läßt sich dieses Nachdenken auch als Privileg betrachten?

Ich präzisiere also: So lange es festangestellten Redakteuren nicht gelingt, mit Kennzahlen den Vorzug eines Investment in die Dokumentation zu belegen, wird sich im Unternehmen nichts ändern, denn Geschäftsführungen sind dem gesamten Unternehmen gegenüber verpflichtet. Wenn wir Redakteure also in Kategorien der Dokumentation laut nachdenken, erhält die Geschäftsführung eine Rückmeldung dergestalt: Hey, wir haben genau die richtigen Redakteure eingestellt! Sie haben Berufsehre und bügeln die größten sprachlichen Patzer der Softwareentwickler und Supporter wieder aus!

Natürlich sollen Redakteure weiterhin für eine hilfreiche Dokumentation einstehen. Es gibt im Unternehmen jedoch weitere Betätigungsfelder, die eigentlich nur sie besetzen können. Hier einige Vorschläge.

Vorschläge an den Technischen Redakteur

1) Fortbildung

Bilden Sie sich fort in Sachen Wiederverwendbarkeit von Teilen der Dokumentation. Ideal ist der Ansatz des reuse in DITA. Ebenso über die Frage "Wie verschaffe ich Nutzern Zugang zu einem Wissenspool"? Folgen Sie den Koryphäen der Technischen Dokumentation auf Twitter und erkennen Sie Trends in der Dokumentation frühzeitig! Berichten Sie über Ihre Erfahrungen für andere und für sich in einem Blog.

2) Soziale Software im Unternehmen

Setzen Sie sich im Unternehmen für die Einführung eines Confluence-Wikis ein. So geben Sie jedem Subject Matter Expert (SME) die Gelegenheit, sein Wissen unkompliziert zu teilen. Sie erfahren in Echtzeit von den einzelnen Projekten und können die Kollegen zeitnah dazu befragen. Machen Sie sich mit dem Tagging vertraut: egal wo die Kollegen ihr Wissen dokumentieren, ziehen Sie mit einem Macro dieses Wissen an die Stelle, wo Sie und andere (z.B. der Support) dieses Wissen brauchen. Ermuntern Sie die Mitarbeiter, eigene Tags unter die Artikel der Kollegen zu setzen. Wenden Sie Ihr Wissen um die Wiederverwendung (reuse) beim Einsatz des Macros **excerpt-include** um.

Die nächsten Schlagworte lassen sich vom Confluence-Einsatz im Unternehmen ableiten. In vielen Unternehmen ist dies bereits im Einsatz. Aber auch SaaS-Anbieter wie Salesforce integrieren Social Software in ihre Applikationen.

3) SMEs schreiben mit

Setzen Sie sich dafür ein, dass sämtliche Subject Matter Experts ihr Wissen unkompliziert in die Dokumentation mit einfließen lassen können. Das sind sowohl Supporter, Softwareentwickler und Software-Anwender. Ein Beispiel und Ausblick auf diesen Trend gibt Mike Hughes - *The Degentrification of User Assistance*.



Abb. 3: Machen Sie es Experten einfach, Ihr Wissen zu verschriftlichen.

4) Individueller Zugang zu Wissen

Es gibt nicht die allgemeingültige, für jeden nachvollziehbare Taxonomie - Ihre Kapitel- und Kategorie-Einteilung in der Dokumentation ist nicht für jeden verständlich. Schauen Sie nur, wie jede Abteilung sich in Ihrem Unternehmens-Confluence ihr Wissen ordnet! Keine Abteilung findet die selbe Ordnungsstruktur! Aber es kann sich jeder Nutzer seine eigene Oberfläche erschaffen und mit Hilfe des Taggings die Inhalte der anderen an die Stelle ziehen, wo er es für richtig hält. Finden Sie Wege, wie jeder Nutzer sich seine eigenen Zugangsstrukturen zum Wissen der anderen erschaffen kann. Sorgen Sie dafür, dass die Anwender die Artikel der anderen taggen und somit wiederfinden können. Einen Einstieg zur Problematik bietet *Tom Johnson - Everything is miscellaneous*.

5) Community Building

Helfen Sie, eine starke Anwender-Community aufzubauen. Eine Community ist eine Gemeinschaft, in der jeder dem anderen helfen kann. Also auch die Anwender untereinander. Es ist den Menschen eigen, sich im Leid zu helfen. Machen Sie es Ihren Anwendern möglich, sich auszutauschen und menschlich näher zu kommen. Das schlimmste für Anwender ist eine Software, die immer funktioniert. Nicht ganz so schlimm ist eine Software, die fehlerhaft ist, aber mit einer guten Dokumentation ausgestattet ist. Der Idealfall ist jedoch eine fehlerhafte Software mit einer lebendigen Community. Wofür würden Sie sich entscheiden: für eine fast perfekte Software ohne sozialen Austausch oder für eine Software, die man im Erfahrungsaustausch mit anderen verbessern kann?



Abb. 4: Helfen Sie der Community, es sich bequem zu machen.

Setzen Sie sich für ein Forum ein. Es geht dabei hauptsächlich um die soziale, öffentliche Kommunikation der Nutzer untereinander mit Ihnen als von allen akzeptierten Moderator. Anwender fragen immer erst andere Menschen nach deren Erfahrung. Ob im Büro oder im sozialen Netzwerk. Die Dokumentation ist immer die letzte Zuflucht.

6) Dokumentation online

Machen Sie Ihre Dokumentation im Internet zugänglich. Wenn das nicht geht, in einem geschützten Anwenderbereich. Es ist inzwischen eine Bauernweisheit - wer nicht gefunden wird, ist nicht existent. Wenn Ihr Unternehmen nicht gerade Atomsprenköpfe fertigt, gibt es eigentlich keinen Grund, die Dokumentation zu verstecken. Es sei denn, man erkennt schon an den Screenshots, dass die Software dahinter nur schlecht sein kann! Die Gefahr geht selten von Mitbewerbern aus. Die bahnbrechenden Innovation mit absolutem Paradigmenwechsel kamen bisher immer von Neueinsteigern im Markt.

7) Wissensarchitekt

Wandeln Sie sich vom Redakteur in einen Wissensarchitekten. Sie werden sehen, dass nicht die "Selbstschreiber" das Problem sind, sondern die "Gar-Nicht-Schreiber".

Vorschläge an die Geschäftsführung

1) Wer schreibt, das bleibt

Was wäre ein Wissensarchitekt ohne Wissen? Nichts! Sie müssen dafür sorgen, dass die Subject Matter Experts ihr Wissen in Schriftform weitergeben. Achten Sie bei Neueinstellungen einfach mal auf die Schreibgeschwindigkeit an der Tastatur! Selbst wenn ein genialer Experte willens ist, sein Wissen zu dokumentieren: er kann es gar nicht effektiv und hat es auch nicht vor. Warum nicht mal Lohnerhöhungen nur noch an Mitarbeiter, die regelmäßig im Firmenwiki Ihr Wissen teilen?

Was passiert bei Fachleuten, die nicht schreiben? Sie geben neues Wissen in einer 1:1-Situation (Zeit und Raum = jetzt und hier) an die Kollegen weiter. Justament wird ein Kollege bei Erkenntnisgewinn aus seinem Arbeitsfluß gerissen und mündlich informiert. Der Kollege kann gerade damit nichts anfangen, notiert ein paar Stichpunkte und versucht, da anzuknüpfen, wo er gerade unterbrochen wurde. Es kommt der Tag, wo das Wissen des Fachmanns (1:1-Kommunikators) akut wird und der Kollege fragt seinerseits den Fachmann und stört diesen im Arbeitsfluß. Das ist noch die harmlose Variante zum Vergleich der Abwesenheit des Fachmann wegen Krankheit etc. Das Wissen geht im Unternehmen als "Stille Post" reihum.

2) Soziale Software

Verwechseln Sie den Begriff **Soziale Software** nicht mit Facebook. Der Begriff bedeutet einfach nur, dass Software immer sozial ist! Es ist noch nie eine Software für einen einzigen Anwender programmiert worden. Nicht, wer die beste Software hat, wird den Markt aufrollen, sondern wer die größte und lebendigste Community hat. Die Community ist neben Ihren Mitarbeitern das wertvollste Kapital, denn sie wird in Zukunft Ihr Produkt weiterempfehlen, darüber

schreiben und sich austauschen. Vergessen Sie nicht: die Community reiht sich nicht in eine Call-Center-Warteschleife ein, sie schreibt! Soziale Software ist Software, deren Anwender sich in schriftlicher Form verständigen und gegenseitig helfen - auch im Abraten von Softwareprodukten. Es wird in zehn Jahren nur noch Soziale Software geben, denn die Anwendergemeinde hat sich verjüngt. Hotlineanrufe wird es nur noch in seltenen Notfällen geben.

3) Technische Redakteure

Stellen Sie fähige Wissensarchitekten ein, denen die obigen Stichworte nicht fremd sind. Vielleicht ersparen Sie sich damit auch die Hilfe von Social-Media-Beratern. Eine Social-Media-Strategie auf langes Sicht umsetzen können sowieso nur Mitarbeiter, die dem Unternehmen durch eine Festanstellung wohlwollend verbunden sind. Sollten die Klagen der Redakteure über die Unterversorgung der Technischen Redaktion nicht abreißen, prüfen Sie genauer! Vielleicht ist ja was dran.

4) Innovationsfähigkeit

Warum so ein langer Artikel über Redakteure und das Soziale Schreiben? Ganz einfach: Fachleute, die es gewohnt sind zu schreiben, tauschen sich mit anderen über das Wie des Schreibens, welche Tools etc aus. Sie suchen im Netz und finden die Erfahrungen anderer! Sie schauen permanent über den Tellerrand - wie lösen andere Probleme?

Sie machen Ideen und fixieren diese schriftlich, für jeden aufrufbar. Ideen können so reifen. Sie können nicht immer sofort umgesetzt werden, sind aber, sobald neue Ideen gebraucht werden, für jeden abrufbar und an neue Herausforderungen anpaßbar. Was macht nun ein 1:1-Kommunikator? Er erzählt Ihnen von einer Idee, die Sie aus bestimmten Gründen zu Recht abweisen. Das galt aber nur in der 1:1-Situation. Die Dinge können sich nach ein paar Monaten wenden. Aber die Idee weg.

Vieles läßt sich nicht in Zahlen nachweisen. Wenn Sie es jedoch versäumen, gute "Selbstschreiber" als Fachleute und gute Wissensarchitekten als Technische Redakteure einzustellen, verliert Ihr Unternehmen an Innovationskraft.

Links zum Artikel

- [Redakteuse.de: Jeder kann schreiben](#)
- [Warum sollte man in Technische Redaktion investieren?](#)
- [Subject Matter Experts schreiben selbst](#)
- [TechCrunch - Salesforce integriert soziale Services](#)
- [Everything is miscellaneous by David Weinberger](#)

Lizenz



Creative Commons - Namensnennung. Sie dürfen diesen Artikel vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen, Abwandlungen und Bearbeitungen des Werkes bzw. Inhaltes anfertigen und den Artikel kommerziell nutzen. Bedingung: Namensnennung des Autors. Übersetzungen willkommen.