

**Matthias Sebastian Erich Kaspar Görg**

# Das Enterprise 2.0 - Social Software in Unternehmen

Studienarbeit

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2009 GRIN Verlag  
ISBN: 9783640309283

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/125553>

**Matthias Sebastian Erich Kaspar Görg**

## **Das Enterprise 2.0 - Social Software in Unternehmen**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# Social Software & Enterprise 2.0

---

**Sebastian Görg**

---

Universität Trier - Wirtschaftsinformatik

---

Wintersemester 2008/2009

## Abstract

Seit einigen Jahren unterliegt das Internet einem Wandel zum Massenmedium. Im Zuge dieser Entwicklung wurden Web Applikationen geschaffen, die sowohl Kommunikation als auch Kollaboration der Menschen unterstützen. Diese Kategorie von Anwendungen werden gemeinhin als „Social Software“ bezeichnet. Unter Enterprise 2.0 wird die Adaption von „Social Software“ in ein geschäftliches Umfeld verstanden.

Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, wie erstrebenswert es für ein Unternehmen ist den Wandel hin zum „Enterprise 2.0“ zu vollziehen. Dabei wird ebenso auf die Schwierigkeiten, als auch auf die dauerhaften Vorteile eingegangen. Um den praktischen Nutzen dieser Arbeit zu validieren, werden einige Beispiele aus Unternehmen genannt, die aktuell „Social Software“ einsetzen und damit sich und ihre Produkte/Dienstleistungen verbessern. Es wurden bewusst Unternehmen gewählt, die in ganz unterschiedlichen Branchen tätig sind, um den universellen Charakter einer „Enterprise 2.0“ Kultur herauszustellen. Zur einfacheren Beurteilung der Problematik wurde eine gründliche SWOT-Analyse durchgeführt, die schnell einen Überblick über die Thematik ermöglicht.

Da sich dieser Prozess häufig auch auf die Organisationsstrukturen von Unternehmen auswirkt, ist er schwer oder gar nicht reversibel. Aus diesem Grunde ist ein wesentlicher Teil dieser Arbeit eine kritische Reflexion über das Thema „Enterprise 2.0“ und der Versuch eine Prognose über zukünftige Entwicklungen abzugeben.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Social Software</b>	<b>4</b>
1.1 Die Entstehung von Social Software - Das Web 2.0	4
1.2 Gängige Ausprägungen des Web 2.0	5
1.2.1 Blogs	5
1.2.2 Social Bookmarking	5
1.2.3 Internetforen	5
1.2.4 Wikis	5
1.2.5 Social Networks	5
1.2.6 Podcasts	6
1.3 Evolution oder Revolution	6
1.4 Was ist Social Software?	6
1.5 Gefahren von Social Software	7
<b>2 Der Weg zum Enterprise 2.0</b>	<b>8</b>
2.1 Entstehung und Bedeutung	8
2.2 Voraussetzungen	8
2.3 Kosten	9
2.4 Prozessualer Nutzen	9
2.4.1 Offene Schnittstellen in vor- und nachgelagerten Prozessen	9
2.4.2 Fallbeispiel 7-Principles	10
2.4.3 Open Innovation	11
2.4.3.1 Fallbeispiel Nubert	11
2.4.3.2 Fallbeispiel Kite Surfing Community	11
2.4.3.3 Fallbeispiel Lego	12
2.4.4 Höhere Attraktivität des Unternehmens als Arbeitgeber	12
2.4.5 Beispiele für Social Software im Business-Alltag	12
2.5 Auswirkungen auf die Organisationsstruktur	13
2.5.1 Selbstorganisation	13
2.5.2 Flache Hierarchien	14
2.6 Eine SWOT Analyse für Social Software im Unternehmenseinsatz	15
<b>3 Beurteilung</b>	<b>17</b>
3.1 Fazit	17
3.2 Ausblick	19

# 1 Social Software

## 1.1 Die Entstehung von Social Software - Das Web 2.0

„Web 1.0 was all about connecting people. It was an interactive space, and I think Web 2.0 is of course a piece of jargon, nobody even knows what it means. If Web 2.0 for you is blogs and wikis, then that is people to people. But that was what the Web was supposed to be all along“ [3]. So lautete die Antwort von Sir Timothy Berners-Lee, dem Vater des Internets, auf die Frage, was für ihn das Web 2.0 bedeutet. Der Begriff entstammt Dale Dougherty von „O’Reilly Media“ und Craig Line von „MediaLive“, die 2004 auf der Suche nach einem passenden Namen für eine Konferenz waren, in der es um den Umgang der Menschen mit dem Medium Internet gehen sollte. Populär wurde der Begriff „Web 2.0“ durch Tim O’Reilly, der mit seinem Buch „What is Web 2.0“ versuchte den Begriff fassbar zu machen. Im Wesentlichen versteht O’Reilly unter Web 2.0 den Wandel des Internets hin zu einer Plattform und der Notwendigkeit sich diese Plattform nutzbar zu machen.<sup>1</sup> Zur Konkretisierung nennt O’Reilly sieben Merkmale, die für ihn das „Web 2.0“ ausmachen. Zu den wichtigsten zählen<sup>2</sup>:

- „The Web as Platform“: „Das Web stellt die zentrale Informations- und Kommunikationsplattform dar, die das Erstellen von Anwendungen und Inhalten erlaubt, welche mittels offener Standards [...] beliebig untereinander integrier- und miteinander vernetzbar sind.“<sup>3</sup>
- „Harnessing Collective Intelligence“: Eine kollektive Intelligenz steht im Fokus der Anwendungen. Dies wird auch als „Wisdom of Crowds“ bezeichnet.
- „Software Above the Level of Single Device“: Als Endgeräte werden nicht nur PCs angesehen, sondern auch eine neue mobile Generation von Geräten, wie z.B. Handys.
- „Rich User Experience“: Die Benutzeroberflächen weisen den gleichen Komfort wie gängige Desktop Applikationen auf.

Diese Merkmale sind eher eine notwendige als eine hinreichende Bedingung, um das „Web 2.0“ zu beschreiben. Ohne den Wandel des Menschen als Informationskonsument hin zum Informationsproduzenten<sup>4</sup>, handelt es sich dabei nur um „stumpfe“ Werkzeuge. Dieser Prozess soll hauptsächlich durch Interaktion und Kooperation der Menschen, also kollaborativ, geschehen.

---

<sup>1</sup> Vgl. [4] Web 2.0 Compact Definition: Try Again

<sup>2</sup> Vgl. [5] Ökonomische Perspektiven des Web 2.0 – S. 129

<sup>3</sup> [5] Ökonomische Perspektiven des Web 2.0 – S. 129

<sup>4</sup> Vgl. [6] Web 2.0: Is it just hype?

## 1.2 Gängige Ausprägungen des Web 2.0

### 1.2.1 Blogs

Bei Weblogs, kurz Blogs, handelt es sich um einfache Content Management Systeme. Sie werden in der Regel von nur einer Person inhaltlich aktualisiert, dem sogenannten „Blogger“. Blogs erheben meist den Anspruch eines Tagebuchs oder eines Journals, das sich mit einem spezifischen Thema auseinandersetzt. Durch die Möglichkeit Beiträge des Bloggers zu kommentieren, entstehen öffentlich geführte Diskussionen. Die inhaltliche Qualität dieser Blogs ist stark schwankend, da sie in aller Regel keiner Kontrolle unterliegt. Das Telemediengesetz<sup>5</sup> beinhaltet unter anderem, dass Betreiber von Blogs für ihre Inhalte haften und Blogger denselben Status wie Journalisten erhalten. Dennoch ist es fraglich, ob dadurch Blogs eine vergleichbare Qualität wie z.B. ein Zeitungsartikel erhalten. Die Gesamtheit aller Blogs wird als Blogosphäre bezeichnet.

### 1.2.2 Social Bookmarking

Social-Bookmarking-Systeme dienen der Kategorisierung und Erfassung von Bookmarks (Lesezeichen), die in einem Browser abgespeichert wurden. Die Bookmarks werden bewusst veröffentlicht und das System versucht andere registrierte Benutzer zu finden, die die gleichen oder ähnlichen Interessen teilen. Dadurch können dem einzelnen Benutzer potentiell interessante neue Links vorgeschlagen werden, die sich noch nicht in seinen Bookmarks befinden.

### 1.2.3 Internetforen

Bei (Internet-)Foren handelt es sich um virtuelle Treffpunkte, in denen sich häufig eine große Anzahl von Benutzern trifft, um Erfahrungen, Meinungen und Gedanken auszutauschen. Am häufigsten werden Foren zu Supportzwecken eingesetzt. Aus Gründen der Übersichtlichkeit sind Foren meist in mehrere Unterforen gegliedert. Ein registrierter Benutzer kann in einem Teilbereich des Forums einen neuen Beitrag (Thread) schreiben, der dann von anderen Benutzern gelesen und gegebenenfalls beantwortet wird.

### 1.2.4 Wikis

Wikis dienen zum Aufbau einer Wissensbasis. Der Inhalt eines Wikis kann nicht nur gelesen werden, sondern auch beliebig von seinen Nutzern verändert werden. Das wohl bekannteste Wiki ist Wikipedia, die schon häufig in der Öffentlichkeit kritisch diskutiert wurde, da ihre Inhalte oft fragwürdig waren oder absichtlich gefälscht wurden. In kleinerem Rahmen werden Wikis häufig von einer Gruppe projektbezogen gepflegt, was zum einem der Protokollierung als auch der schriftlichen Fixierung von Wissen dient. In solchen Fällen wird nicht anonym auf dem Wiki gearbeitet, sodass die Inhalte selten einer inhaltlichen Kontrolle unterliegen müssen.

### 1.2.5 Social Networks

Social Networks sind Plattformen, die es erlauben virtuell Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Sie heben sich gegenüber der herkömmlichen E-Mail Kommunikation ab, da sie zum einem ge-

---

<sup>5</sup> Trat am 26.02.2007 ist in der Bundesrepublik Deutschland in Kraft.

## Social Software

zielt die Suche nach Personen erlauben und zum anderen die erstellbaren Profile in einem Social Network sehr stark personalisierbar sind. Die Art der Beziehung in einem solchen Netzwerk kann sowohl privat als auch geschäftlich sein. Die Kommunikation in einem Social Network geschieht gewöhnlich über proprietäre Protokolle, sodass eine Anbindung an andere Kommunikationssoftware, wie z.B. Microsoft Outlook, eher unüblich ist<sup>6</sup>. Im deutschsprachigen Raum seien hier vor allem StudiVZ und Wer-kennt-Wen als die aktuell größten Netzwerke genannt.

### 1.2.6 Podcasts

Podcasts werden benutzt, um Video und Audio Dateien über das Internet zu verteilen. Dabei werden die Dateien nicht auf die Rechner heruntergeladen, sondern Podcasts liefern einen „Stream“. Kanzlerin Angela Merkel benutzt beispielsweise Podcasts zurzeit, um jeden Samstag eine Rede an das Volk zu halten<sup>7</sup>. Diese Art der Kommunikation wird dann als „E-Government“ bezeichnet.

### 1.3 Evolution oder Revolution

Die soeben vorgestellten neuen Arten der Kommunikation und unterschiedlichen Ansichten über das Web 2.0 werfen die Frage auf, ob es sich um einen evolutionären oder einen revolutionären Schritt handelt, den das Massenmedium Internet durchläuft<sup>8</sup>. Hierzu lässt sich eine schöne Analogie herausstellen<sup>9</sup>. Die ersten kabelgebundenen Telefone lassen sich nicht einfach als „Phone 1.0“ oder „Phone BC(before cell)“ bezeichnen, da neue schnurlose Telefone und Handys einfach aus den Bedürfnissen der Menschen heraus von der Telekommunikationsindustrie geschaffen wurden. Diese Ansicht ist vor allem für den später vorgestellten Ansatz des Enterprise 2.0 interessant, da wir dort ebenso vor der Frage stehen werden, ob es sich beim Enterprise 2.0 nur um einen Trend handelt oder langfristiger Nutzen daraus generiert werden kann.

### 1.4 Was ist Social Software?

*„Als Social Software werden Softwaresysteme bezeichnet, welche die menschliche Kommunikation und Kollaboration unterstützen.“*<sup>10</sup> Nach dieser weitgefassten Definition fallen fast alle<sup>11</sup> oben genannten Ausprägungen des Web 2.0 in die Kategorie Social Software. Dann müssten jedoch auch E-Mail Kommunikation und „Instant Messaging“ als Social Software bezeichnet werden. Darum bedarf es einer Differenzierung des Begriffes, um spätere Unklarheiten zu vermeiden. So kann die Tätigkeit des Individuums ausschlaggebend; aus der sollen dann erst später neue Kontakte entstehen: *„Ausgehend von den eigenen Interessen hilft mir Social Software mit Personen, die gleichartige Vorlieben zu einem Thema haben, in Kontakt zu kommen.“*<sup>12</sup> Nimmt man dies als

---

<sup>6</sup> Das Businessnetzwerk „Xing.com“ erlaubt z.B. den Import von Kontaktdaten in Microsoft Outlook

<sup>7</sup> Siehe <http://www.bundestkanzlerin.de/Webs/BK/DE/Service/RSS/RSSNewsfeed.html>

<sup>8</sup> Vgl. [5] Ökonomische Perspektiven des Web 2.0 – S. 131

<sup>9</sup> Vgl. [6] Web 2.0: Is it just hype?

<sup>10</sup> [7] Aktuelles Schlagwort / Social Software – S. 121

<sup>11</sup> Podcasts können eigentlich nicht als Social Software angesehen werden, da die Kommunikation normalerweise nur in einer Richtung abläuft.

<sup>12</sup> [8] Web 2.0: Social Software & E-Learning – S. 20

## Social Software

Definition für Social Software, kommt man zu den oben genannten Beispielen für Web 2.0 Applikationen. Im Mittelpunkt jeder Social Software steht das Individuum oder eine Gruppe, wobei jedes Individuum selbst entscheiden kann, inwieweit es sich in den sozialen Kontext einbinden möchte. Der soziale Kontext, den sich ein Individuum schafft, ist wiederum Grundlage für die Bildung selbstorganisierender Gruppen, auf die später eingegangen wird. Darum liegen die Strukturen, die aus sozialen Verknüpfungen entstehen, im Fokus jeder Social Software.

### 1.5 Gefahren von Social Software

Jeder Benutzer einer Social Software verfügt über ein personalisiertes Profil. Die Daten, die in diesem Profil hinterlegt werden, sind meist öffentlich zugänglich oder werden nur sehr wenig geschützt. Eine zu starke Restriktion, im Sinne eines eingeschränkten Zugriffs auf die Daten, würde nämlich einen Kerngedanken von Social Software Systemen, das Auffinden passender Kontakte, verneinen. Häufig erlaubt Social Software das Anlegen von Profilbildern, wodurch ein sofortiger Ersteindruck über das Individuum zu Stande kommt. In sozialen Netzwerken, die zu privaten Zwecken benutzt werden, ist dies oft nicht vorteilhaft, wenn z.B. Arbeitskollegen oder Vorgesetzte sich ohne Wissen des Benutzers das Profil ansehen. Neuerdings tendieren sogar Personalabteilungen dazu sich durch externe Quellen, wie Social Networks, über ihre Bewerber vorab zu informieren.

Ein weiteres Risiko stellt das immer mehr in Mode kommende „Social Engineering“ dar. Dieser Begriff stammt vom „Reverse Engineering“ ab, wobei es sich um das gezielte Zerlegen von Programmen handelt, um an „geheime“ Informationen des Programms zu kommen. Analog dazu können Informationen aus Social Software Systemen benutzt werden, um sich Zugang zu persönlichen Konten eines Benutzers zu verschaffen. So genügt es oft seinen Namen und sein Geburtsdatum zu nennen, um sich per Hotline bei einem Kundendienst zu identifizieren.

Die Anzahl der Kontakte lassen auch keine qualitativen Rückschlüsse über die Art des sozialen Netzwerks zu. Es stellt sich hierbei auch die Frage, wie viele Kontakte eine Person wirklich verwalten kann, ohne den Überblick zu verlieren oder mit den Worten: „I treat people who have 200 online friends the same way I would treat people who have 200 sex partners.“<sup>13</sup>

Diese Gefahren sind durchaus ernst zu nehmen, da sich der Großteil der Nutzer von Social Software Systemen nicht darüber im Klaren ist, was es bedeutet sich in einen sozialen Kontext einzubinden. Für viele ist das Internet immer noch ein „anonymer“ Raum, in dem Handlungen ohne Konsequenzen bleiben<sup>14</sup>. Darum wäre eine stärkere Aufklärung über die Gefahren wünschenswert, um die Menschen und auch ihr soziales Umfeld zu schützen.

---

<sup>13</sup> [8] WI Schlagwort / Social Software – S.444

<sup>14</sup> Als Beispiel sei hier rotnenneighbour.com genannt. Eine Plattform, die es erlaubt seine Nachbarn anonym zu denunzieren.

### 2 Der Weg zum Enterprise 2.0

#### 2.1 Entstehung und Bedeutung

Der durch Social Software ermöglichte neue Umgang mit dem Internet hat im privaten Bereich eine rasante Verbreitung erfahren. Daher wurden Überlegungen laut, wie sich dieser Effekt nutzenstiftend in geschäftliche Umfeldern integrieren lassen könnte. Bei dem nun vorgestellten Ansatz des Enterprise 2.0 handelt es sich nicht nur um eine bloße Adaption von Web 2.0 Technologien. „Vielmehr ist Enterprise 2.0 eine ganzheitliche Unternehmensphilosophie, die auf Selbstorganisation, flache Hierarchien und Partizipation setzt.“<sup>15</sup> Seit wann es nun Unternehmungen gibt, die sich als Enterprise 2.0 bezeichnen können, lässt sich zeitlich schlecht abgrenzen, da ein paar Vorreiter, wie z.B. Amazon schon Mitte der 90er Jahre typische Social Commerce Anwendungen, wie Kundenbewertungen in ihren Produktkatalog aufgenommen haben, bevor der Begriff Web 2.0 überhaupt aufkam.

#### 2.2 Voraussetzungen

Als größter Effekt von Social Software im Unternehmenseinsatz steht die effizientere Nutzung von implizitem und explizitem Wissen und der verbesserten Kommunikation innerhalb der Organisation<sup>16</sup>. Unter implizitem Wissen wird hier verstanden, dass Menschen rational handeln, ohne dass sie sich dessen bewusst sind. Als explizites Wissen wird hier die kognitive Metaebene des Menschen angesehen, also die Tatsache, dass er sich über sein Wissen bewusst ist.<sup>17</sup> Um beide Arten von Wissen effizienter nutzen zu können ist es wichtig, dass das Management Strukturen schafft, die es ermöglichen, dass Mitarbeiter Social Software frei und ohne Zwang einsetzen können und dass die Konsequenzen aus dem Einsatz von Social Software dem Management bewusst sind. Unter Konsequenzen sind hier durchaus positive Effekte gemeint. Insbesondere die Delegation von Verantwortung und die höhere Dynamik in allen Prozessen des Unternehmens sind wichtige Faktoren, die sich in komparative Konkurrenzvorteile<sup>18</sup> wandeln lassen.

Von zentraler Bedeutung ist ebenso eine neue Rolle der Unternehmensspitze, die von bloßer Steuerung der Prozesse im Unternehmen zunehmend eine Rolle der Führung einnehmen muss (siehe Abschnitt 2.5.1). Es ist nun die Aufgabe des Managements, diese neue Philosophie vorzuleben und eine Basis der Akzeptanz unter den Mitarbeitern zu schaffen, indem ihnen der Nutzen kommuniziert wird. Denn „Enterprise 2.0-Arbeitsweisen und Werkzeuge werden nur dann erfolgreich sein, wenn sie die Arbeit der Mitarbeiter vereinfachen“<sup>19</sup>. Enterprise 2.0 ist eine Unternehmensphilosophie, die sich in einem Gegenstromverfahren entwickelt. Daher passiert es auch, dass Impulse aus unteren Ebenen der Organisationsstruktur kommen, die dann hinsichtlich ihres Nutzens zu bewerten sind.

---

<sup>15</sup> [1] Enterprise 2.0 – „Auf der Suche nach dem CEO 2.0“ – S. 2

<sup>16</sup> Vgl. [14] „Enterprise 2.0 Analyse zu Stand...“ – S. 5

<sup>17</sup>[10] Digitale Bibliotheken – Informatik Lösungen für globale Wissensmärkte – S. 54

<sup>18</sup> Ein Komparativer Konkurrenzvorteil (KKV) liegt vor, wenn ein Unternehmen die Bedürfnisse einer Zielgruppe mit seinem Problemlösungs-Know-how dauerhaft und wahrnehmbar besser befriedigen kann, als seine Wettbewerber.

<sup>19</sup> [1] „Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0“ – S. 17

## Enterprise 2.0

Neben diesen organisatorischen Voraussetzungen existieren auch technologische Anforderungen. Um Social Software besonders benutzerfreundlich zu halten, werden innerhalb des Browsers asynchrone Prozesse gestartet, sodass z.B. eine Statusänderung in einem Profil keinen Neuaufbau der Seite erforderlich macht. Das hat zum einen Gründe der Performanz und zum anderen finanzielle Gründe, da durch eine Auslagerung der Logik hin zu den Benutzern die Server entlastet werden und somit günstiger in der Anschaffung sind. Auf der Seite des Benutzers gibt es keine großen Hardwareanforderungen, da jeder gewöhnliche PC ausreichende Ressourcen bereit stellt.

### 2.3 Kosten

Die fixen Kosten der Anschaffung als auch die variablen Kosten der Wartung der Hardware für Social Software im Unternehmenseinsatz sind relativ belanglos aufgrund der bereits erwähnten geringen Anforderung an die technischen Systeme. Andere Kosten, wie die Akzeptanz eines grundlegenden Wandels innerhalb der Organisation, sind schwerer quantifizierbar, da sie im Wesentlichen von der Branche und dem Alter der Mitarbeiter abhängig sind (siehe Abschnitt 3.1).

Das operative Geschäft eines Unternehmens profitiert nicht sofort von Investitionen in Social Software Projekte, sondern es dauert durchaus einige Geschäftsperioden bis sich ein positiver Effekt bemerkbar macht<sup>20</sup>. Aus diesem Grunde sind die benötigten Investitionskosten in die Schulung der Mitarbeiter und in die der Akzeptanz schwer abschätzbar.

Einige Unternehmen, vor allem wenn sie mehr implizites Wissen in ihren Prozessen aufdecken möchten, werden sich hier vor die Aufgabe gestellt sehen, wie sie die Informationsflut, die in Social Software Systemen entstehen kann, zu filtern vermögen. Die in Unternehmensprozessen entstandenen Daten unterliegen normalerweise einer starken Strukturierung, sodass ihr Informationsgehalt schnell erkannt werden kann (z.B. Informationen aus einem ERP System). Die Informationen, die aus Social Software Umgebungen stammen, sind weniger bis gar nicht strukturiert<sup>21</sup> (z.B. Freitext in Blog Beiträgen). Inwiefern es nun nötig ist „Integration Layers“<sup>22</sup> zu verwenden, die dieses unstrukturierte Wissen in für die Unternehmung besser nutzbares Wissen transformieren können, muss von Fall zu Fall unterschieden werden (als Beispiel siehe 2.4.2).

## 2.4 Prozessualer Nutzen

### 2.4.1 Offene Schnittstellen in vor- und nachgelagerten Prozessen

Kommunikation spielt in der heutigen globalisierten Welt eine zunehmend wachsende Rolle. Insbesondere durch den Wandel zur Dienstleistungsgesellschaft in den Industrienationen ist die Kommunikation zwischen Kunde und Unternehmen entscheidend für Marktposition und die Überlebensfähigkeit einer Unternehmung<sup>23</sup>.

---

<sup>20</sup> Vgl. [16] Building the Web 2.0 Enterprise – S.3 – In relativer Betrachtung ist hier eine große Lücke in der Zufriedenheit zwischen „Early Adopters“ und „Fast follower“ zu sehen.

<sup>21</sup> Vgl. [1] Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0 – S. 24

<sup>22</sup> Vgl. [1] Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0 – S. 24

<sup>23</sup> Vgl. [1] Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0 – S. 7f.

## Enterprise 2.0

Standardisierte und offene Schnittstellen für Informationsströme können deswegen ein Unternehmen auf allen Ebenen der Leistungserstellung unterstützen. Am geeignetsten zur Standardisierung der Informationsströme hat sich hierfür wohl in den letzten Jahren XML herausgestellt<sup>24</sup>. Da Social Software hauptsächlich XML verwendet, um Daten zu verarbeiten und auszutauschen, ist die Integration in bestehende Systeme des eigenen oder anderer Unternehmen verhältnismäßig einfach. Die Integration der eigenen Systeme in fremde Systeme macht dann Sinn, wenn z.B. ein Outsourcing in der Zuliefererkette angestrebt wird<sup>25</sup>.

Welche Plattform nun die XML Daten auswertet oder wie die Daten weiterverwendet werden, spielt eine untergeordnete Rolle, da die Daten in einem standardisierten XML Format immer erhalten bleiben. So können Social Software Systeme individuell an die Bedürfnisse ihrer Benutzergruppen angepasst werden, indem nur die für sie relevanten Informationen verarbeitet werden.

### 2.4.2 Fallbeispiel 7-Principles

Der Lehrstuhl Wirtschaftsinformatik II der Universität Trier betreut ein Studienprojekt an dem im Frühjahr 2009 Studenten der Wirtschaftsinformatik für das Beratungsunternehmen 7-Principles aus Frankfurt arbeiten.

Problemstellung:

7-Principles stand vor dem Problem, dass sie in hoher Frequenz Ausschreibungen verschiedener Firmen erhalten, die ihre Ausschreibung wiederum in den unterschiedlichsten proprietären Formaten übermitteln.

Lösungsansatz:

Aufgabe des Teams aus Studenten ist es nun einen „Integration Layer“ zu bauen, der jede Ausschreibung semantisch analysiert und in ein für die Firma 7-Principles nutzbares XML Format überführt. Diese Ausschreibungen, die nun im XML Format vorliegen, können dann in ein internes System von 7-Principles geladen werden, in welchem nun jeder Auftrag automatisch einem passenden Mitarbeiter, d.h. jemandem mit Erfahrung aus der Branche der Ausschreibung, als Nachricht übermittelt wird. Bei diesem internen System handelt es sich wieder um eine Web 2.0 Applikation, was den Austausch der XML Daten vereinfacht.

Nutzeneffekte:

7-Principles erhofft sich daraus auf der einen Seite eine Kostenreduktion, da sich die Verarbeitung der Ausschreibungen damit fast in Echtzeit erledigen lassen würde, auf der anderen Seite ist es gut für die Motivation der Mitarbeiter, da sie sich nun nicht mehr mit monotonen Sortierarbeiten beschäftigen müssen.

---

<sup>24</sup> XML ist ein Standard, der vom W3C-Konsortium eingeführt wurde und sich wohl hauptsächlich darum so stark verbreitet hat, da er für Menschen, auch ohne maschinelle Verarbeitung, eine gewisse intuitive Lesbarkeit besitzt.

<sup>25</sup> Vgl. [1] „Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0“ – S. 10

## Enterprise 2.0

### 2.4.3 Open Innovation

Open Innovation bezeichnet die Einbeziehung der Kunden in den Innovationsprozess<sup>26</sup>. Der Kunde soll aktiv an der Entwicklung neuer Produkte mitwirken. Dies kann auf unterschiedliche Art und Weise passieren (siehe auch folgende Fallbeispiele)<sup>27</sup>:

- Produktinnovationen und –gestaltung durch/mit Kunden: Die Generierung neuer Ideen und Produkte findet in Zusammenarbeit mit den Kunden statt. Sog. „Lead User“ können sogar Initiator eines solchen Prozesses sein.
- Toolkits: Für den Kunden werden Softwarepakete zur Verfügung gestellt, die ihn beim Entwicklungsprozess neuer Produkte unterstützen. Um diese neuen Produkte in den Wertschöpfungsprozess des Unternehmens zu integrieren, ist es nötig gemeinsame Schnittstellen zu schaffen (siehe Abschnitt 2.4.1).
- Communities: Als Innovation wird hier der Kommunikationsprozess zwischen Kunden verstanden.

Open Innovation ist also eine Erweiterung der klassischen Produktentwicklung um „Harnessing Collective Intelligence“ (siehe Abschnitt 1.1).

#### 2.4.3.1 Fallbeispiel Nubert

Der Lautsprecherhersteller Nubert gehört seit Jahrzehnten zu den wenigen deutschen Herstellern, die direkt an den Endkunden ohne Zwischenhändler verkaufen. Bei der Entwicklung neuer Lautsprecherkonzepte wird es zunehmend schwieriger ein Produkt zu schaffen, das sich maßgeblich von einem Konkurrenzprodukt unterscheidet, da die Elektroakustik auf physikalischer Ebene kaum noch Geheimnisse bereit hält. Jeder Hersteller verfügt über die gleichen Materialien zum Gehäusebau und bei elektronischen Schaltung gab es seit Jahren keine großen Innovationen. Nubert fing daraufhin an, seine Kunden, die sowieso durch den Direktvertrieb stark an das Unternehmen gebunden sind, direkt in den Entwicklungsprozess mit einzubeziehen. Sie entwickelten einen Lautsprecher mit einigen Grundparametern, der von jedem Kunden nach seiner Vorstellung optisch gestaltet werden kann. Dies geschieht direkt und sehr intuitiv über die Website von Nubert. Somit konnten sie ihr Standardprodukt, um ein weiteres Merkmal, das der Individualisierung durch „Mass Customization“, erweitern.

#### 2.4.3.2 Fallbeispiel Kite Surfing Community

Beim Kitesurfen handelt es sich um eine Art des Surfens, bei der ein „Kite“ (Drachen) benutzt wird, um sich fortzubewegen. Die Hersteller von Kitesurfing Ausrüstungen standen vor dem Problem, dass sie eine recht kleine Nische besetzen, die allerdings zur Herstellung ihrer Produkte ein großes technisches „Know-How“ erforderlich macht. Es fanden sich nun in einschlägigen Foren Spezialisten zusammen, die aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit, stark zur Verbesserung der Materialien beitragen konnten. Der Wasserwiderstand der Boards konnte gesenkt werden und zu-

---

<sup>26</sup> Vgl. [5] „Ökonomische Perspektiven des Web 2.0“ – S. 130

<sup>27</sup> Vgl. [5] „Ökonomische Perspektiven des Web 2.0“ – S.130

## Enterprise 2.0

gleich die Effizienz der „Kites“ erhöht werden. Durch die Zusammenarbeit dieser Menschen konnte sich eine ganze Branche weiterentwickeln, wozu kein einzelner Hersteller, aufgrund der enorm hohen Kosten, fähig gewesen wäre<sup>28</sup>.

### 2.4.3.3 Fallbeispiel Lego

Ein weiteres Beispiel wie Innovationen auf ganz neue Art und Weise voran getrieben werden können, liefert die Firma Lego. Diese hat auf ihrer Website ein Programm veröffentlicht, das es ermöglicht, sich seine eigenen Lego-Modelle zunächst am PC zu erstellen, um sich dann später den eigens zusammengestellten Bausatz von Lego zukommen zu lassen. Die besten Modelle halten seit dem auch Einzug in den offiziellen Lego Katalog.

### 2.4.4 Höhere Attraktivität des Unternehmens als Arbeitgeber

Qualifiziertes Personal, das jetzt in den Arbeitsmarkt eintritt, gehört zur Generation der sogenannten „Digital Natives“<sup>29</sup>. Als „Digital Natives“ wird die Generation ab 1982 angesehen. Sie sind bereits in ihrer Jugend mit Computern in Berührung gekommen und nutzen das Medium Internet regelmäßig. Diese Generation kennt die Möglichkeiten, die aktuelle Entwicklungen im Internet für sie bereitstellen, wie z.B. Wikis, Blogs und Foren. Ein Unternehmen erscheint darum für diese Bewerber als recht unattraktiv, wenn es seinen Arbeitnehmern nicht ermöglicht Social Software einzusetzen, um Probleme zu lösen<sup>30</sup>.

Ein weiterer Vorteil von Social Software, insbesondere von Blogs, wäre z.B. die Unterstützung der unternehmensinternen Rekrutierung. Wenn jedem Arbeitnehmer sein eigenes Blog im Intranet zur Verfügung steht, so kann er sein Wissen und seine Entdeckungen formal veröffentlichen. Es ist für Mitarbeiter intrinsisch motivierend, wenn sie durch ihre Arbeit auch eine gewisse Anerkennung durch ihre Kollegen erfahren. Vorgesetzten könnte so das Festlegen einer adäquaten, leistungsorientierten Belohnung oder Prämie erleichtert werden, da alles schriftlich fixiert werden kann.

### 2.4.5 Beispiele für Social Software im Business-Alltag

Wissensmanagement Systeme können durch den Einsatz von Wikis schnell und einfach realisiert werden.<sup>31</sup> Vor allem Projektarbeiten lassen sich durch Wikis gut organisieren und wichtiges Wissen bzgl. eines Projektes geht auch nicht mehr verloren. Das Wissen bleibt in der Organisation erhalten, auch wenn der Mitarbeiterstamm sich ändert.<sup>32</sup>

Diskussionen an denen viele teilnehmen und/oder die über einen längeren Zeitraum gehen, können am besten in einem Foren System geführt werden, sodass auch spätere Teilnehmer in die

---

<sup>28</sup> Vorgetragen von Dr. Stefan Bungart(IBM) am 21.11.2008 in Stuttgart

<sup>29</sup> Vgl. auch [www.dnadigital.de](http://www.dnadigital.de)

<sup>30</sup> Vgl [1] „Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0“ – S.4

<sup>31</sup> Vgl [7] – „Aktuelles Schlagwort – Social Software“ – S. 124.

<sup>32</sup> Vgl. [7] – S. 124

## Enterprise 2.0

Diskussion einsteigen können. Foren werden auch häufig zur Repräsentation des Unternehmens nach außen eingesetzt, um Support Funktionen bereitzustellen.

Blogs können genutzt werden, um Öffentlichkeitsarbeit zu leisten. Interne Diskussionen lassen sich somit auch nach außen tragen, damit Konsumenten die Entscheidungen des Unternehmens auch nachvollziehen können, z.B. eine Preiserhöhung<sup>33</sup>.

Nachdem ein Anforderungsprofil für ein Team erstellt wurde, kann ein Social Network genutzt werden, um qualifizierte Leute zu finden, die den Anforderungen genügen. Projekte lassen sich auf diese Weise schneller organisieren.

### 2.5 Auswirkungen auf die Organisationsstruktur

Die bisher beschriebenen Merkmale von Enterprise 2.0 beziehen sich auf eine Adaption von Social Software in ein geschäftliches Umfeld. Im Folgenden legen wir unseren Fokus auf die Änderungen, die innerhalb der Organisationsstruktur entstehen müssen, damit Social Software einen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten kann.

#### 2.5.1 Selbstorganisation

Indem Mitarbeitern die Möglichkeit gegeben wird, Social Software nach eigenem Ermessen bei ihren Tätigkeiten einzusetzen, wird ein Instrument zur Selbstorganisation bereitgestellt. Es entsteht ein Prozess, der die informellen Strukturen, die schon immer im Unternehmen existierten, durch die sich bildenden Netzwerke in eine formelle Struktur überführt. So kann in Social Software eine institutionelle Infrastruktur für informelles Lernen gesehen werden, das nach [8, S.6] fünf wesentliche Merkmale besitzt:

1. Lernen ist überwiegend ein sozialer Prozess
2. Wissen wird durch die Praxis generiert
3. Lernen benötigt aktive Teilnahme und Übernahme von Verantwortung
4. Inhalte werden kollaborativ erzeugt
5. Kommunikationsstrukturen stehen im Fokus und nicht Inhalte

Es entwickelt sich in Organisation eine neue Form „kreativer Intelligenz“<sup>34</sup>, die es der Organisation erlaubt wesentlich schneller auf Umweltveränderungen zu reagieren.

Vorerst sind es vor allem Social Networks und Wikis, die Selbstführung im Unternehmen unterstützen. Wikis können projektbezogen genutzt werden und bei der Aufgabenverteilung behilflich sein. Über Social Networks können sich spontan Gruppen bilden, die sich genauso schnell wieder auflösen, ohne dass die Ebene darüber davon informiert ist. *"Die Rolle des Führers verlagert sich [...] von der direkten Anweisung zur Förderung der Kommunikation und Problemlösungsverfahren innerhalb der Gruppe und der Förderung der Kommunikation zwischen Gruppen, sowie der Zu-*

---

<sup>33</sup> Die MyMuesli GmbH benutzt ein solches Blog: <http://www.mymuesli.com>

<sup>34</sup> [1] Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0 – S. 10

## Enterprise 2.0

sammenarbeit mit anderen Gruppenführern zur Verbesserung des Material- und Produktionsflusses."<sup>35</sup> Dies ist ein Teilaspekt, der sog. „Superleadership“<sup>36</sup> und Grundlage einer selbstlernenden Organisation. Die Mitarbeiter sollen angehalten werden aus Eigeninitiative zu handeln. Gleichzeitig sollen sie sich dabei frei entwickeln können, nach individuellen Stärken und Schwächen. "Damit ist in erster Linie eine Kultur gemeint, in der Initiative und Innovation erwünscht sind und belohnt werden."<sup>37</sup> Fehler sollen als Chancen angesehen werden, um daraus zu lernen<sup>38</sup>. Blogs könnten, wie bereits oben beschrieben, als Gratifikationsmechanismen genutzt werden. Für die Führung wird es sich jedoch als eine Aufgabe herausstellen, eine gewisse Kontrolle über die Art der Kontakte zu bewahren, damit keine Person unbefugten Zugriff auf bestimmte interne Prozesse und Daten erlangt. Ebenso wird sich die Richtung der Informationsflüsse verändern. Die Führung muss akzeptieren, dass sie nicht nur Informationen nach unten weitergibt, sondern auch welche von unten erhält. Der Informationsvorsprung der Führung gegenüber den Mitarbeitern wird in Enterprise 2.0 Organisationen also geringer, als in klassischen Organisationsformen. Die Bewältigung dieses rückgekoppelten Informationsflusses ist wichtig, damit kein Chaos entsteht.

### 2.5.2 Flache Hierarchien

Selbstlernende Organisationen erlauben breitere Leitungsspannen, da die Führungsspitze von vielen Entscheidungen entlastet werden kann. Die daraus entstehende flachere Organisationsstruktur verringert die emotionale Distanz zwischen Vorgesetzten und ihren Mitarbeitern, sodass auch mehr Diskussionen auf vertikaler Ebene entstehen<sup>39</sup>. Social Networks beschleunigen diese Entwicklung, da sie in ihren Profilen einen Einblick in den Mitarbeiter als Menschen geben, mit seinen Interessen und seinen Neigungen. Blogs können eingesetzt werden, um hier mehr Transparenz in den Entscheidungsprozess zu bringen<sup>40</sup>. Werden Entscheidungen den Mitarbeitern von der Führung ausführlich begründet, so ist die Akzeptanz innerhalb der Belegschaft höher, als wenn sie einfach vor vollendete Tatsachen gestellt wird. In der Psychologie wird dies als „informelle Gerechtigkeit“<sup>41</sup> bezeichnet, die in mehreren empirischen Studien bewiesen wurde. So erhöhte sich die Mitarbeiterfluktuation in einem Unternehmen, in dem Rauchverbote ohne Begründung durchgesetzt wurden. Ein zu viel an organisatorischen Strukturen erweist sich auch als Hindernis für eine schnelle Reaktionsfähigkeit auf Umweltveränderungen.<sup>42</sup>

---

<sup>35</sup> [11] Personalwirtschaftslehre – S. 356

<sup>36</sup> Vgl. [11] Personalwirtschaftslehre – S. 356 ff.

<sup>37</sup> [11] Personalwirtschaftslehre – S. 357

<sup>38</sup> Vgl [1] - Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0 – S. 13

<sup>39</sup> Vgl. [17] Handbuch des Fachsprachenunterrichts – S. 375

<sup>40</sup> Vgl [1] - Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0 – S. 14

<sup>41</sup> Vgl. [12] Justice at the Millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research

<sup>42</sup> [1] Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0 – S. 7

### 2.6 Eine SWOT Analyse für Social Software im Unternehmenseinsatz

Bei der SWOT<sup>43</sup> Analyse werden externe Umweltfaktoren, die sowohl Chance als auch Risiko für ein Unternehmen sein können, mit den internen Faktoren des Unternehmens, die als Stärken und Schwächen herausgestellt werden, verbunden.

In Abbildung 1 findet sich eine Zusammenfassung der Kapitel 1 und 2 in Form einer solchen SWOT Matrix. Die abgeleiteten Normstrategien, die sich in der Mitte der Matrix befinden, sind dabei Handlungsempfehlungen, um auf unterschiedliche Szenarien angemessen reagieren zu können. Die meisten Handlungsempfehlungen sind Schlussfolgerungen aus Kapitel 2. Ein paar andere jedoch, die kompliziertere Abhängigkeiten haben, werden nochmal gesondert in Kapitel 3 aufgegriffen.

---

<sup>43</sup> Der Begriff SWOT ist ein Akronym für Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats.

# Enterprise 2.0

	Stärken	Schwächen
<p>S.W.O.T. – Analyse für Social Software im Unternehmenseinsatz</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die untere Grenze der Kosten ist sehr niedrig</li> <li>▪ Delegation von Verantwortung zur Entlastung der Führungsspitze und günstiges Mittel der Selbstorganisation</li> <li>▪ Erweiterung der Wissensbasis des Unternehmens um das implizite Wissen innerhalb der Organisation</li> <li>▪ Erhöhte Kundenzufriedenheit</li> <li>▪ Bessere Kundenbindung</li> <li>▪ Geringere Abhängigkeiten von Zulieferern</li> <li>▪ Unternehmen erscheinen auf dem Markt attraktiver für Bewerber</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Social Software muss von allen Mitarbeitern akzeptiert und verstanden werden</li> <li>▪ Schwierige Kontrolle über sich bildende Suborganisationen</li> <li>▪ Gefahr des Social Engineerings</li> <li>▪ Sicherheitslücken, durch Veröffentlichung von Unternehmensinformationen</li> <li>▪ Die obere Grenze der Kosten ist schwer absehbar</li> <li>▪ „Return on Investment“ lässt sich nicht berechnen</li> <li>▪ Unklare Verantwortlichkeiten</li> </ul>
Chancen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Durch die größere Partizipation der Menschen, wächst auch die Wissensbasis, die zu verwalten ist.</li> <li>2. Die Marktposition sollte durch junge und qualifizierte Mitarbeiter gestärkt werden.</li> <li>3. Schnittstellen zu neuen mobilen, internetfähigen Geräten aufbauen und somit eine Kundenzufriedenheit durch „Ubiquitous Computing“<sup>44</sup> schaffen.</li> <li>4. Entwicklung einer neuen, offenen Unternehmenskultur, die auch flexibles Outsourcing unterstützt</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Den Mitarbeitern muss der Nutzen auch in geschäftlichen Umfeldern kommuniziert werden.</li> <li>2. Durch Partizipation entstehen automatisch Kontrollmechanismen über die Inhalte</li> <li>3. Die obere Kostengrenze wird nicht steigen, je mehr die Menschen an den Umgang mit Social Software gewöhnt sind</li> <li>4. Durch den häufigeren Umgang mit Social Software werden die Menschen auch eher den Risiken gewahr werden.</li> </ol>
Risiken	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nicht primär auf die Technik von Social Software setzen, sondern auf den Gedanken wofür es steht.</li> <li>2. Persönliche Daten sollen immer sensibel und respektvoll benutzt werden.</li> <li>3. Leistungskontrollen der Mitarbeiter dürfen nur über den Betriebsrat geschehen. Der Missbrauch von Social Software ist zu verhindern.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eine Risikoanalyse zur Überprüfung, ob sich die organisatorischen Änderungen langfristig negativ auswirken.</li> <li>2. Aktuelle Gesetzesänderungen beachten, um sich einer Haftung zu entziehen.</li> <li>3. Instanzen, die eine gewisse Verantwortung tragen, müssen erhalten bleiben.</li> </ol>

Abbildung 1: Eine SWOT Matrix für Social Software

<sup>44</sup> Gemeint ist hier eine Omnipräsenz des Unternehmens durch unterschiedliche Medien, die das Internet nutzen können.

# Beurteilung

## 3 Beurteilung

### 3.1 Fazit

In den 90er Jahren galt das Internet als Revolution in der Informationstechnologie. In der daraufhin entstandenen Dotcom-Ära kam es zum Knall und viele Unternehmen, die als Trendsetter angesehen wurden, traten aus dem Markt aus. Was war passiert? Die Gewinnerwartungen, die durch junge, technologisch orientierte Unternehmen entfacht wurden, konnten nicht erfüllt werden. Die Bedeutung dieser neuen Art von Dienstleistungsunternehmen wurde überbewertet. Nach dem Crash galt ab sofort: *„Wer überleben wollte, musste Umsätze generieren. Wer Umsatz machte, musste auch Gewinne erzielen. Wer Gewinne machen wollte, musste seinen Kunden einen nachgefragten Mehrwert anbieten.“*<sup>45</sup> Es stellt sich jetzt die Frage, ob sich durch einen strukturellen Wandel hin zum Enterprise 2.0 ein solcher Mehrwert erzielen lässt.

Seitdem Web 2.0 als eine Art Paradigma in der Entwicklung von Internetapplikationen Einzug gehalten hat, haben sich die Menschen sehr rasch an die neue bequeme und intuitive Art der Bedienbarkeit gewöhnt. Ebenso wenig kann die Tatsache geleugnet werden, dass es sich beim Internet mittlerweile um ein Massenmedium handelt, das sogar teilweise beginnt, alte Massenmedien, wie das Radio oder Fernsehen, in sich zu vereinen. Deswegen wäre es wohl wenig sinnvoll, von vorneherein einen Einsatz von Social Software in einem geschäftlichen Umfeld abzulehnen, da damit auch gleichzeitig der qualitative Nutzen, der durch den Einsatz von Social Software entsteht, ignoriert wird. Eine bloße Adaption von Social Software in einen Business Kontext bringt jedoch noch keine Innovation im Sinne von Schumpeter, sondern erst durch eine erfolgreiche Implementierung in der Unternehmenskultur kann von Innovation und komparativen Konkurrenzvorteilen gesprochen werden (siehe Abschnitt 2.2). Eine proaktives Handeln der Führung scheint also unabdingbar für den Erfolg.

Wissen ist in Unternehmen häufig dezentral verteilt. Social Software stellt hier einen Ansatz bereit, diese „Wissensinseln“ in einen ganzheitlichen Ansatz der Wertschöpfung zu integrieren<sup>46</sup>. Durch stärkere Einbeziehung der Mitarbeiter in alle Prozesse des Unternehmens, steigt auch der Identifikationsgrad des Mitarbeiters mit seiner Arbeit. Ziel ist es, dass er sich dann nicht mehr fragt „Wo steckt der Nutzen für mein Projekt?“ sondern „Wo steckt der Nutzen für mein Unternehmen?“. Diese neue Einstellung über seine Arbeit nachzudenken, entspricht dem „Entrepreneurial Spirit“<sup>47</sup>.

Eine Organisationsstruktur, die ihren Mitarbeitern mehr Möglichkeiten zur Selbstorganisation gibt, läuft gleichzeitig in Gefahr, dass Verantwortlichkeiten ungeklärt bleiben. Wenn Aufgaben verteilt bearbeitet werden verkürzt sich oft die Bearbeitungsdauer oder die Qualität des Ergeb-

---

<sup>45</sup> [7] Aktuelles Schlagwort / Social Software – S.121

<sup>46</sup> Vgl. [1] „Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0“ – S. 14

<sup>47</sup> Siehe Wikipedia: [http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurial\\_spirit](http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurial_spirit)

## Beurteilung

nisses steigt, da es mehrere Kontrollinstanzen auf einer Ebene durchläuft. Sobald es aber zu folgenschweren Fehlern in einem Prozess kommt, schwinden die Vorteile der Selbstorganisation schnell dahin, da der Grund für das Scheitern des Prozesses identifiziert werden muss, um ihn in Zukunft vermeiden zu können.

*„Die Anwendungsfelder dieser Technologien sind überall dort, wo kreativ zusammengewirkt wird, wo die Prozesse nicht klar strukturiert nach einem bestimmten Schema ablaufen. In Massenprozessen und standardisierten Abläufen fehlen hingegen zumeist wichtige Funktionalitäten und Möglichkeiten der Lenkung und Strukturierung. Hier sind klassische Informationssysteme wie zum Beispiel ERP-Systeme nach wie vor ohne Alternative.“<sup>48</sup>*

Wie stark ein Unternehmen jedoch von Enterprise 2.0 profitieren kann, hängt von unterschiedlichen Faktoren ab. Die folgenden Ergebnisse stammen aus einer Bitkom Studie<sup>[14]</sup> und aus zwei Studien von McKinsey <sup>[15][16]</sup>.<sup>49</sup> Am häufigsten wird Social Software scheinbar bei Unternehmen mit mehr als 5000 oder mit weniger als 100 Mitarbeitern eingesetzt. Dabei handelt es sich in der Regel um sehr junge Unternehmen oder Unternehmen, die einen globalen Anspruch erheben und sich zum Teil auch mit unterschiedlichen Kulturkreisen auseinandersetzen müssen. Es stellte sich heraus, dass Unternehmen nur dann mit dem Einsatz von Web 2.0 in ihrem Unternehmen zufrieden waren, wenn sie ihre Mitarbeiter zum Einsatz dieser Tools ermutigten. Häufig ist der IT-Zweig eines Unternehmens Treiber einer technologischen Innovation. Im Falle von Social Software scheint es jedoch besser zu sein, wenn die Technologie nicht von der IT „gepusht“ wird, sondern der Wunsch danach im normalen Geschäftsbereich entsteht<sup>50</sup>.

Den größten Nutzen ziehen Unternehmen scheinbar aus individuellen Web Services, die sowohl der Automatisierung als auch der Kollaboration, z.B. mit anderen Unternehmen, dienen<sup>51</sup>. Als größtes Hemmnis für den Einsatz von Social Software gilt bis heute der schwer messbare ROI<sup>52</sup>, da sich der Nutzen nur schwer bis gar nicht quantifizieren lässt. Hinzu kommt ein altes Vorurteil: *„The old shareholders do not understand the use of IT and they think of it as a cost, not an opportunity“*<sup>53</sup>. Dennoch sagten ca. 60%, dass sie mit den Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg zufrieden sind<sup>54</sup>, auch wenn es mehrere Perioden gedauert hat, bis der Erfolg spürbar wurde.

Neue Unternehmensprozesse wie Open Innovation bieten die Möglichkeit Kundenbedürfnisse wesentlich gezielter und individueller anzugehen<sup>55</sup>. Wenn die Kunden aber stärker ans Unternehmen gebunden werden sollen, sollte auch berücksichtigt werden, wie viel die Kunden preis-

<sup>48</sup> [13] Wikimanagement: Was Unternehmen von Social Software und Web 2.0 lernen können. – S. 76

<sup>49</sup> Es sei hier anzumerken, dass 53% der Teilnehmer, aus dem Bitkom Netzwerk stammen und somit intensiv Informations- und Telekommunikationstechnologien einsetzen.

<sup>50</sup> Vgl. [16] „Building the Web 2.0 Enterprise“ – S. 9

<sup>51</sup> Vgl. [1] „Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0“ – S. 10

<sup>52</sup> Return on Investment, also die Frage wie viel die Investition zum Gewinn beiträgt

<sup>53</sup> [15] „How businesses are using Web 2.0“ – S. 14

<sup>54</sup> Vgl [16] – „Building the Web 2.0 Enterprise“ – S. 10 & Vgl. [14] – „Enterprise 2.0. Analyse zu Stand...“ – S. 4

<sup>55</sup> Vgl. [1] „Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0“ – S. 8

## Beurteilung

geben müssen. Eine gewisse persönliche Distanz sollte immer gewahrt bleiben, da Kunden in der Regel gar kein Interesse daran haben jedem Unternehmen Informationen über sich zu liefern. Wird dies berücksichtigt, so lassen sich Kunden durch gezielte Informationsflüsse, die über Social Software Plattformen verbreitet werden, kostengünstig an das Unternehmen binden.

Viele Unternehmen verfolgen heute den Ansatz einer „Business Excellence“<sup>56</sup>. Enterprise 2.0 ist ein Ansatz, der zur kontinuierlichen Verbesserung dieser Exzellenz, insbesondere hinsichtlich Qualität und Kundenzufriedenheit, angesehen wird<sup>57</sup>.

### 3.2 Ausblick

„Die sicherste Strategie zum Enterprise 2.0, ist nichts tun.“<sup>58</sup> So lautet die forsche Aussage von Dion Hinchcliffe und Euan Semple, die beide zu den bekanntesten Beratern im „Social Computing“<sup>59</sup> zählen. Über kurz oder lang wird sich diese Aussage als richtig herausstellen, da es einfach zu einem Generationenwechsel in allen Unternehmen kommen wird. Es ist allerdings unwahrscheinlich, dass es in 10-20 Jahren immer noch als Enterprise 2.0 bezeichnet wird, da es sich dabei, genauso wie „Social Software“, um ein Modewort handelt, das zur Zeit etwas Neuartiges darstellt und immer mehr zur Normalität werden wird.

Der nächste evolutionäre Schritt, der uns im Internet bevorsteht, wird die Einbeziehung der Semantik in alle Formen von Inhalten sein. Suchmaschinen wie Google werden dann nicht nur syntaktisch Wörter vergleichen, sondern auch eine gewisse Intelligenz aufweisen, indem sie Zusammenhänge zu anderen Inhalten herstellen können. Diese Entwicklung wird als „Web 3.0“ bezeichnet. Möglicherweise wird daraufhin irgendwann der Begriff des Enterprise 3.0 aufkommen? Inwiefern dies sinnvoll sein mag, soll hier nicht diskutiert werden. Eine wesentliche Konklusion aus dieser Arbeit ist es jedoch, dass sich der Umgang der Menschen mit dem Medium Internet auch in Zukunft noch weiterentwickeln wird. Einige Entwicklungszweige werden aussterben, wohingegen andere über längere Sicht hinweg einen wesentlichen Teil im Alltag der Menschen einnehmen werden. Aufgabe der Unternehmen wird es zukünftig sein, solche Veränderungen zu antizipieren, individuell zu bewerten und sie enger in ihre strategische Planung einzubinden.

Bisher werden PCs als üblichste Schnittstelle zum Internet angesehen. Mit der Verbreitung des UMTS Netzes und den fallenden Kosten für dessen Nutzung, müssen auch ganz neue Arten von Endgeräten in Betracht gezogen werden, für die dann ganz neue Funktionalitäten entwickelt werden müssen. Durch diese immer häufiger werdende Nutzung des Internets an unterschiedlichen Standorten wird auch der Partizipationsgrad der Menschen im Internet steigen, was wiederum Grundlage für jede „Social Software“ ist.

---

<sup>56</sup> Laut Wikipedia im Moment ca. 10.000 Unternehmen ([http://de.wikipedia.org/wiki/EFQM-Modell\\_f%C3%BCr\\_Business\\_Excellence](http://de.wikipedia.org/wiki/EFQM-Modell_f%C3%BCr_Business_Excellence))

<sup>57</sup> Vgl. [1] „Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0“ - S. 41

<sup>58</sup> [1] Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0 – S. 17

<sup>59</sup> Siehe Wikipedia: [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_computing](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_computing)

## Beurteilung

Die „Theorie der langen Wellen“ von Nikolai Dmitrijewitsch Kondratjew (oft Kondratieff transkribiert) wurde von Joseph Schumpeter 1939 als „Kondratieff-Zyklen“ formuliert<sup>60</sup>. Er stellte dabei fest, dass die Weltkonjunktur von sogenannten „Basisinnovationen“ maßgeblich beeinflusst wird. In diesem Modell stand als Basisinnovation im ersten Zyklus die Dampfmaschine und Baumwolle, die den Menschen zu neuem Wohlstand verhalf. Von Schumpeters Anhängern wurden diese Zyklen immer wieder aktualisiert. Nach ihnen befinden wir uns aktuell im fünften Zyklus, der auf Informationstechnik beruht und stehen kurz vor dem Aufbruch in den sechsten Zyklus, dessen Basisinnovation als psycho-soziale Gesundheit und unstrukturierte Informationen angesehen wird. Das Kondratjew Modell ist recht umstritten, da es empirisch bis heute nicht belegt werden konnte, jedoch war bisher keine der Basisinnovationen grundlegend falsch. Vor diesem Hintergrund wäre es sicherlich sinnvoll Unternehmen auf die Verarbeitung von unstrukturierten Informationen, wie sie nun mal „Social Software“ liefert, vorzubereiten, denn wie wir gesehen haben, ist der Wandel zu einem „Enterprise 2.0“ ein langer Prozess.

---

<sup>60</sup> Siehe Wikipedia <http://de.wikipedia.org/wiki/Kondratjew-Zyklus>

## Beurteilung

[1]

Bitkom (2008). „Enterprise 2.0 – Auf der Suche nach dem CEO 2.0. Neue Unternehmensphilosophie gewinnt an Konturen“.

URL: [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Positionspapier\\_Enterprise20.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Positionspapier_Enterprise20.pdf)

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

[2]

Bundeszentrale für politische Bildung (2008). „Kulturelle Globalisierung“.

URL: [http://www.bpb.de/wissen/VYGS5X,0,0,Fast\\_Food.html](http://www.bpb.de/wissen/VYGS5X,0,0,Fast_Food.html)

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

[3]

IBM developerWorks Interview (28.07.2006). Zwischen: Laningham und Berners-Lee.

URL: <http://www-128.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206.txt>

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

[4]

Tim O'Reilly (12.10.06). "Web 2.0 Compact Definition: Try Again"

URL: <http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web-20-compact.html>

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

[5]

Bächle Michael. „Ökonomische Perspektiven des Web 2.0 – Open Innovation, Social Commerce und Enterprise 2.0“. Wirtschaftsinformatik Heft 2/2008. WI-Schlagwort S.129 ff.

[6]

Evans Meryl K. (24.10.2005). Web 2.0: Is it just hype?

URL: <http://www.meryl.net/2005/10/web-20-is-it-just-hype/>

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

[7]

Bächle Michael. „Aktuelles Schlagwort – Social Software“. Informatik Spektrum Heft 29.02.2006. S. 121 ff.

[8]

Baumgartner Peter (2006). „Web 2.0: Social Software & E-Learning.“ In Computer + Personal, Schwerpunktheft: E-Learning und Social Software. 14.Jg. (8): 20-22 und 34.

URL: [http://www.peter.baumgartner.name/article-de/social-software\\_copers.pdf/view](http://www.peter.baumgartner.name/article-de/social-software_copers.pdf/view)

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

[9]

Hippner Hajo, Wilde Thomas. „WI Schlagwort / Social Software“. Wirtschaftsinformatik 47/2005, S.441-444

[10]

Endres Albert, Fellner Dieter. „Digitale Bibliotheken. Informatik-Lösungen für globale Wissensmärkte.“ (gebundene Ausgabe). Dpunkt Verlag. September (2000)

[11]

Ridder Hans-Gerd. „Personalwirtschaftslehre“. W. Kohlhammer Verlag 2. Auflage (2007)

[12]

Colquitt, J. A., Conlon, D.E., Wesson, M.J., Porter, C., Ng, K.Y. (2001). "Justice at the Millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research." Journal of Applied Psychology, 86(3), S. 425-445.

[13]

Komus Ayelt, Wauch Franziska. „Wikimanagement: Was Unternehmen von Social Software und Web 2.0 lernen können.“ Oldenbourg Verlag (7. April 2008)

## Beurteilung

**[14]**

Bitkom (2008). „Enterprise 2.0. Analyse zu Stand und Perspektiven in der deutschen Wirtschaft.“

URL: [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Studie\\_Enterprise\\_2Punkt0.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Studie_Enterprise_2Punkt0.pdf)

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

**[15]**

McKinsey (2007). „How businesses are using Web 2.0: A McKinsey Global Survey“

URL:

[http://www.mckinseyquarterly.com/How\\_businesses\\_are\\_using\\_Web\\_20\\_A\\_McKinsey\\_Global\\_Survey\\_1913](http://www.mckinseyquarterly.com/How_businesses_are_using_Web_20_A_McKinsey_Global_Survey_1913)

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

**[16]**

McKinsey (2007). “McKinsey Global Survey Results. Building the Web 2.0 Enterprise”

URL:

[http://www.mckinseyquarterly.com/Building\\_the\\_Web\\_20\\_Enterprise\\_McKinsey\\_Global\\_Survey\\_2174](http://www.mckinseyquarterly.com/Building_the_Web_20_Enterprise_McKinsey_Global_Survey_2174)

Verifizierungsdatum: 01.01.2009

**[17]**

Rosemarie Buhlmann, Anneliese Fearn (2000). „Handbuch des Fachsprachenunterrichts“.

Narr Verlag 6. Auflage

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren

