



Social Software im unternehmerischen Einsatz: Vorgehensmodelle zur Einführung und Adaption

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B. Sc.)“ im Studiengang
Wirtschaftsingenieur der Fakultät für Elektrotechnik und Informatik, Fakultät für Maschinenbau
und der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibniz Universität Hannover

vorgelegt von

Name: Özmen

Vorname: Nurdan



Prüfer: Prof. Dr. M. H. Breitner

Hannover, den 07. August 2021

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis	II
Abkürzungs- und Akronymverzeichnis	III
1 Einleitung	1
2 Theoretische Grundlagen	3
2.1 Social Software im unternehmerischen Einsatz	3
2.2 Web 2.0	4
2.3 Social Software.....	6
2.3.1 Instant Messaging.....	8
2.3.2 Social Networking Services	9
2.3.3 Weblogs.....	9
2.3.4 Wikis	10
2.4 Vorgehensmodelle zur Einführung und Nutzung.....	11
3 Methodik und Vorgehensweise	13
4 Einführung und Adaption von Social Software in Unternehmen.....	14
4.1 Einführungsstrategien.....	14
4.2 Einführungsmodelle	15
4.2.1 Aperto-Rahmenwerk nach Richter et al.	16
4.2.1.1 Aperto-Fünf-Ebenen-Modell.....	18
4.2.1.2 Aperto CUP-Matrix	22
4.2.1.3 Zieldefinition	24
4.2.1.4 Auswahl und Plattform-Evaluation.....	26
4.2.1.5 Darstellung eines Nutzens – Nutzerorientierte Dokumentation.....	30
4.2.1.6 Erfolgsmessung	31
4.2.2 IRESS-Modell nach Glitsch und Schubert.....	33
4.2.2.1 Kollaborationskatalog	36
5 Diskussion	44
5.1 Chancen und Potentiale	44
5.2 Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten.....	45
6 Handlungsempfehlungen für Praxis und Forschung.....	51
7 Fazit	55
Literaturverzeichnis	58

Anhang	61
I O'Reillys Web 2.0 Meme Map	61
II Allgemeine CUP-Matrix	61
III IRESS-Modell nach Schubert und Glitsch (2016)	62
Ehrenwörtliche Erklärung	Fehler! Textmarke nicht definiert.

1 Einleitung

Zahlreiche Unternehmen befassen sich intensiv mit Methoden erfolgreicher Eingliederung von Social Software in bestehende Geschäftsprozesse. Hierbei stellen sich Herausforderungen weniger bei den technischen Aspekten, sondern vielmehr in der Ungewissheit hinsichtlich kreativer Nutzungskonzepte sowie sinnvoller Einführungsstrategien. (vom Brocke et al., 2012) Social Software bietet in erster Linie neue Möglichkeiten der Kommunikation und Zusammenarbeit, die sich vor allem im privaten Gebrauch als vorteilhaft erweisen. Ob oder auf welche Weise die Nutzung von Social Software Plattformen im betrieblichen Kontext förderlich ist, bleibt oft ungeklärt. (vom Brocke et al., 2012)

Allgemein betrachtet beruht Social Software im unternehmerischen Einsatz weniger auf einem technischen Trend, sondern ist eher als ein Wandel der Kommunikationskultur aufzufassen. Aus rein technischer Sicht ist eine Social Software Plattform sehr einfach gestaltet. Allerdings tritt diese durch individuelle Nutzungsweisen hervor, die jeder anwendenden Person die Möglichkeit einer eigenen Interpretation der Plattform und ihrer Funktionen verschafft. Aus diesem Grund liegen die Vorteile und damit einhergehende Erfolgsfaktoren von Social Software nicht in ihrer technischen Beschaffenheit, sondern in ihrer praktischen Anwendung. Auch populäre soziale Dienste des Internets wie Facebook hängen stark von Nutzerverhalten und -kultur ab. Dies impliziert in erster Linie eine gezielte Teilnahme an der Entwicklung der Plattform mithilfe nutzergenerierter Inhalte. Aktuell ist eine betriebliche Eingliederung derjenigen Generation zu beobachten, die das Internet und das Web 2.0 gestaltet und auch zukünftig fortlaufend gestalten wird. Da nicht die gesamte Belegschaft des Unternehmens aus sogenannten Digital Natives (aus engl.: „digitale Eingeborene“) besteht, erwartet zahlreiche Mitarbeitende ein bedeutender Wandel zur neuen Kultur der sozialen Kommunikation und Kollaboration. Zudem lassen sich private Nutzungsweisen der webbasierten Dienste nicht ohne Weiteres auf den betrieblichen Sektor projizieren. Zu untersuchen ist, welche Maßnahmen in Bezug auf die Entwicklung zu ergreifen sind und welche wesentlichen Voraussetzungen für den zielführenden Einsatz von Social Software in Unternehmen erfüllt sein müssen. (vom Brocke et al., 2012)

Die vorliegende Arbeit stellt Vorgehensmodelle zur erfolgreichen Einführung und Adaption unternehmerischer Social Software im Zuge einer systematischen Literaturanalyse vor. Die Literaturbasis bilden das Aperto-Rahmenwerk nach Richter et al. (2012) sowie das IRESS-Framework nach Glitsch und Schubert (2017). Bei Ersterem Vorgehensmodell handelt sich um ein wissenschaftlich entwickeltes Modell, welches laut Richter et al. (2012) in den letzten Jahren zur Auswahl und Umsetzung von Projekten deutscher Firmen erfolgreich eingesetzt

wurde. Vorangehend werden theoretische Grundlagen im Hinblick auf unternehmerische Social Software thematisiert, indem Begrifflichkeiten wie Enterprise 2.0 und Web 2.0 definiert sowie Social Software Anwendungen wie Wikis oder Blogs erläutert werden. Diese Begriffsdefinitionen und eine einleitende Übersicht zu Funktionen und Absichten von Vorgehensmodellen im Allgemeinen sollen das Fundament an Kenntnissen des Forschungsgebietes bilden und den nachfolgenden konkreten Implementierungsbeispielen dienlich sein.

Das Kapitel „Einführung und Adaption von Social Software in Unternehmen“ umfasst den Kernpunkt vorliegender Forschungsarbeit und gestattet eine eingehende Betrachtung beider Vorgehensmodelle. Das Aperto-Rahmenwerk enthält neben der Plattformevaluation und -auswahl zusätzliche Anwendungsmöglichkeiten im Bereich der Strategieentwicklung und der finalen Erfolgsmessung für eine kontinuierliche Adoption. Das IRESS-Framework hingegen konzentriert sich auf die Identifizierung von Softwareanforderungen bezüglich der Einführung und Anwendung von Social Software. Beide Vorgehensmodelle vereinen organisatorische und technische Aspekte der Einführung unternehmerischer Social Software, indem sie Kollaborationskataloge zur Ausrichtung nach bereits erfolgreich abgeschlossenen Einführungsprojekten anbieten.

Es folgen Herausforderungen und Perspektiven in der Diskussion, denen in Anlehnung an ein Anwendungsbeispiel nach Koch et al. (2012b) Handlungsempfehlungen für die Praxis und Forschung hervorgehen.

Die Abbildungen vorliegender Forschungsarbeit wurden unter Anwendung des Vektor-Grafikprogramms *Inkscape* und *Microsoft Word* erstellt.

7 Fazit

Die Ergebnisse der Forschungsarbeit zeigen, dass der Implementierungsprozess von Social Software in Unternehmen keinem klassischen IT-Projekt zugrunde liegt, sondern als organisatorisches Projekt betrachtet werden muss, das mit Veränderungen einhergeht (Koch et al., 2012b). Um dieses erfolgreich abzuschließen, müssen genügend Ressourcen vorhanden sein und eine von Beginn an klar strukturierte Einführung vorliegen. Die Rahmenwerke Aperto nach Richter et al. (2012) und IRESS nach Glitsch und Schubert (2017) bieten eine unterstützende Vorgehensweise im Hinblick auf die Einführung und Adaption von unternehmerischer Social Software. Der Rahmenplan dieser Vorgehensmodelle, bestehend aus den Schritten Vorbereitung und Einführung wurden in den Abschnitten 4.2.1 und 4.2.2 beispielhaft vorgestellt. Wobei dem Aperto-Rahmenwerk eine abschließende Optimierungsphase zugrunde liegt. (Koch et al., 2012b)

In der Vorbereitungsphase ist es zunächst wichtig, eine Einführungsstrategie festzulegen und Ziele des Unternehmens zu definieren, die durch die Implementierung einer Social Software Plattform erreicht werden sollen. Bei der Projektplanung gilt es, einen Ansatz zu bestimmen, der neben technischen Aspekten vorrangig organisatorische Herausforderungen, wie die Mitarbeitenden, deren Arbeitspraktiken sowie die Unternehmenskultur, berücksichtigt. Aus diesem Grunde ist zusätzlich zu beachten, dass der vorliegende Prozess eine auf das jeweilige Unternehmen zugeschnittene Vorgehensweise und Anpassung erfordert. Im Anschluss an die Organisation des Projektes folgt eine Softwareevaluation. Als Grundlage der Softwareauswahl sollten die zuvor definierten Ziele, Analyseergebnisse und unternehmensspezifischen Anforderungen herangezogen werden. (Koch et al., 2012b)

Die Etablierung der Social Software Plattform bildet die letzte Phase des Implementierungsprozesses, welche angesichts der Softwarenutzung der Mitarbeitenden beginnt. Change-Management sowie interne Kommunikation sind zu diesem Zeitpunkt des Prozesses mehr denn je darauf ausgerichtet, die Adaption der Software und die Schaffung neuer Werte und Arbeitspraktiken zu erleichtern. (ebd.)

Eine Diskussion hinsichtlich der Herausforderungen und Potentiale von unternehmerischer Social Software brachte hervor, dass besagte Software vor allem im Bereich des Wissensmanagements klare Vorteile bietet, da sie einfachen und schnellen Zugriff auf Kenntnisse einer breiten Autorenschaft ermöglicht. Gleichzeitig verschaffen sie den Mitarbeitenden ein kollektives und homogenes Arbeitsumfeld zur Erfüllung von Aufgaben einschließlich der Kommunikation. Die Vorteile der Nutzung liegen in der Optimierung der

Arbeitsbedingungen und vor allem in der zeitnahen und einfachen Eingliederung der Mitarbeitenden und externer Dritter in Arbeitsgruppen und -abläufe. (Wedde & Spoo, 2015)

Weiterhin wurden Herausforderungen ermittelt, die die Organisation, Softwarenutzer und technologische Aspekte betreffen. Dabei ist zu betonen, dass zwischen diesen Dreien ein starkes Zusammenspiel besteht. Die kontinuierliche Unterstützung durch das Management wurde in den meisten Fällen als dienliche Lösungsmöglichkeit identifiziert. Eine erfolgreiche Unterstützung fordert zwar die Vorbereitung der Führungskräfte auf neue Ansprüche der digitalen Arbeitswelt. Jedoch kann in Folge der Einnahme einer Führungsrolle die Zuversicht der Mitarbeitenden gegenüber der Software gestärkt werden. (Koch et al., 2012b)

Anhand des Anwendungsbeispiels konnte ein typischer Implementierungsprozess von Social Software in Unternehmen illustriert werden. Dabei wurden Handlungsempfehlungen in Bezug auf die Praxis und Forschung ermittelt. Die Schwierigkeiten der Einführung sind in erster Linie der Nutzungsoffenheit von Social Software zuzuschreiben. Die Tatsache, dass dieselbe Anwendung in Bezug auf verschiedene Anlässe sehr unterschiedlich verwendet werden kann, bedingt, dass eine Lösung, die in einem Unternehmen funktioniert, nicht unverändert in einem anderen verwendet werden kann. Es ist jedoch nützlich zu sehen, wie sonstige Betriebe verfahren und wie sie mit bestimmten Herausforderungen umgehen. Das Ziel der Kollaborationskataloge nach Schubert und Glitsch (2016) oder des CUC-Katalogs nach Richter et al. (2012), sowie weiterer ähnliche Verzeichnisse besteht in der Bereitstellung von Anwendungsfällen bereits erfolgreich abgeschlossener Implementierungsprozesse. Eine Orientierung an diesen unterstützt den bestehenden Einführungsprozess. Hierbei ist auf den Abschnitt der Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten hinzuweisen: Auch wenn den Mitarbeitern eines Unternehmens nicht vollständig erklärt werden kann, wie sie Social Software optimal nutzen können, kann es förderlich sein, konkrete Beispiele anderer anzubieten. (Koch et al., 2012b)

Abschließend ist hervorzuheben, dass die Implementierung von Social Software in Unternehmen klare organisatorische Vorbereitungsmaßnahmen und einen strukturierten Ablauf erfordern. Hierbei leisten die Einführungsmodelle nach Richter et al. (2012) und Glitsch und Schubert (2017) Unterstützung, indem Vorgehensweisen hinsichtlich einer Mehr-Ebenen-Betrachtung aufgezeigt werden. Herausforderungen, die sich aufgrund der Nutzungsoffenheit von Social Software ergeben, können unter Zuhilfenahme der Einführungsmodelle minimiert werden. Auch eine Erfolgsmessung als Voraussetzung für eine kontinuierliche Adaption ist auf Basis der CUC mithilfe des Aperto-Rahmenwerks möglich. Dennoch kann eine erfolgreiche Einführung und Adaption von unternehmerischer Social Software allein durch die Akzeptanz und Motivation der Mitarbeitenden erfolgen. Diese sind durch eine stetige Unterstützung und eine transparente Kommunikation zwischen Führungskräften und dem Personal zu

gewährleisten. Eine erfolgreiche Einführung bildet die Grundlage einer vorteilhaften und zielführenden Nutzung von Social Software, um kollaborative Projektarbeiten zu erleichtern, innerbetriebliche Kommunikation zu fördern und das Wissensmanagement zu verbessern. Anlässlich der fortschreitenden Digitalisierung der Arbeitswelt und des hohen Abstraktionsgrad beider Einführungsmodelle ist anzunehmen, dass diese bei zukünftig modifizierten Anwendungsstrukturen in Unternehmen ebenfalls anwendbar sein werden (Richter et al., 2012).