

**Analyse kritischer Erfolgsfaktoren für
Enterprise Social Networking Anwendungen**

Bachelorarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades „Bachelor of Science (B.Sc.)“ im Studiengang Wirtschaftswissenschaften der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Leibniz Universität Hannover

vorgelegt von

Name: Rump



Vorname: Robert



Prüfer: Prof. Dr. M. H. Breitner

Hannover, den 09.05.2014

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1. Einleitung	1
2. Theoretische Grundlagen und Methodik	2
2.1 Grundlagen der Erfolgsmessung	2
2.2 Enterprise Social Networking	7
2.3 Forschungsvorgehen und Methodik	13
3. Untersuchungsmodell	16
3.1 Information Quality	18
3.2 System Quality	19
3.3 Service Quality	20
3.4 Intention to use/ Use	22
3.5 User Satisfaction	23
3.6 Benefits	23
4. Ergebnisse auf Grundlage qualitativer Forschung	26
5. Diskussion, Implikationen und Limitationen	35
5.1 Diskussion der Ergebnisse	35
5.2 Forschungs- und Managementimplikationen	36
5.3 Limitationen der Bachelorarbeit	37
6. Fazit und Ausblick	38
Literaturverzeichnis	IV
Anhang	VIII

1. Einleitung

Die Bedeutung des Internets und der Vernetzung wächst aufgrund des demographischen Wandels, sowie der Globalisierung immer weiter. Durch die Entwicklung zum Web 2.0 und der damit verbundenen immer stärkeren Kommunikation und dem wachsenden Informationsaustausch, bietet das Internet neue Möglichkeiten für Nutzer. Offene soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter verändern die Kommunikation und den Informationsaustausch. Diese stellen die Grundlage für Unternehmen, die versuchen von diesen neuen technischen Errungenschaften zu profitieren. Hierbei kommt es zur Adaption von verschiedenen Web 2.0 Technologien und Philosophien in die Geschäftswelt. Die Adoption von Web 2.0 Techniken und den daraus entstehenden Neuerungen im Unternehmen, nennt sich Enterprise 2.0. Dabei bildet speziell der aufstrebende Gebrauch von betriebsinternen Social Software-Plattformen einen zentralen Bestandteil. Sie bieten neue Möglichkeiten trotz großer Entfernung miteinander vernetzt zu sein und seine Gedanken und sein Wissen zu teilen. Diese Vorzüge bewirken bei Unternehmen eine Stärkung des Beziehungs- und Wissensmanagements. Entscheidend ist dabei, dass diese Funktionen unternehmensspezifisch und nutzerfreundlich ermöglicht werden, sodass es auch zu einer ausreichenden Nutzung kommt. Durch diese neuen Softwareanforderungen ergibt sich auch für Softwarehersteller die Chance einen neuen Markt zu erobern, der bisher noch nicht gesättigt ist. Die Anzahl der nutzenden Unternehmen wächst stetig, wodurch sich das Thema als äußerst aktuell beschreiben lässt.

Die Forschung im Bereich Enterprise Social Networking (ESN) ist ein relativ junger Forschungsbereich. Der Begriff „Enterprise 2.0“ geht aus dem Jahr 2008 hervor. Dieser Begriff stellte zugleich Thema, als auch Titel der Konferenz. Bisher wurden intensiv die Anforderungen an eine Enterprise Social Networking Anwendung (ESNA) erforscht. Jedoch gibt es bisher wenige Ansätze, die sich mit der Erfolgsforschung von diesen Anwendungen beschäftigen. An diesem Punkt setzt diese Bachelorarbeit an. Ziel der Arbeit ist es die folgende Forschungsfrage zu beantworten.

RQ: „Was sind die kritischen Erfolgsfaktoren von Enterprise Social Networking Anwendungen?“

Es soll dabei ein Modell auf Basis bestehender Erfolgsmessung von Informationssystemen an ESNA angepasst werden. Die herausgearbeiteten kritischen Erfolgsfaktoren sollen anhand von qualitativen Interviews validiert, priorisiert und ggf. angepasst werden.

Im Anschluss an die Einleitung, sollen im zweiten Kapitel die Grundlagen der Erfolgsmessung von Informationssystemen erläutert werden. Dabei wird speziell auf die Ansätze von DeLone und McLean (1992) und (2003) eingegangen. Des Weiteren werden die Grundzüge von ESN und deren Anwendungsszenarien beschrieben. Darüber hinaus wird das Forschungsdesign präsentiert und erläutert. Kapitel drei präsentiert das erstellte Modell als Grundlage für die Erfolgsmessung. Im Folgenden wird dies anhand der durchgeführten qualitativen Interviews überarbeitet. Im vierten Kapitel werden die Ergebnisse diskutiert und in einen Managementkontext gestellt. Abschließend kommt es zu einem Fazit mit den wichtigsten Erkenntnissen der Arbeit, sowie einer Empfehlung für weitere Forschung und das Management.

2. Theoretische Grundlagen und Methodik

2.1 Grundlagen der Erfolgsmessung

Entscheidend für den Erfolg von Unternehmen ist, dass die heutigen immer steigenden Informationsanfragen bewältigt werden können. Diese Aufgabe soll durch ein internes Informationssystem bewältigt werden. Jedoch ist schwer festzustellen, ob ein Informationssystem auch die Anforderungen erfüllt. Es gibt hierbei verschiedene Ansätze, wie der Erfolg eines Informationssystems und deren Anwendungen gemessen werden kann. Ein wichtiger Bestandteil von Erfolg ist die Akzeptanz innerhalb des Unternehmens. In der Akzeptanzforschung gibt es das Technology Acceptance Model (TAM) oder die Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). Da Akzeptanz jedoch eine Grundvoraussetzung für den Erfolg einer Anwendung oder eines Informationssystems ist, ist die Erfolgsmessung von größerer Bedeutung.

Einen Ansatz für die Erfolgsmessung bietet hierbei DeLone und McLean (1992). Es wird dabei unter sechs Kategorien unterschieden. Hierbei wird der Erfolg jeder Kategorie ermittelt, sodass im Anschluss eine Aussage über den Gesamterfolg getroffen werden kann. Die sechs Kategorien sind hierbei System Quality, Information Quality, Use, User Satisfaction, Individual Impact und Organizational Impact (DeLone und McLean, 1992).

6. Fazit und Ausblick

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war es, die kritischen Erfolgsfaktoren einer ESNA festzustellen. Diese Erfolgsfaktoren sollten in den Gesamtkontext der Erfolgsforschung eines Informationssystems gestellt werden, was durch das DeLone und McLean Modell aus dem Jahr 2003 geschehen ist. Diese Erfolgsfaktoren können als Grundlage für das System, Service, und die Informationen innerhalb der ESNA angesehen werden. Diese sollten jedoch für die Anforderungen und Bedürfnisse eines jeden Unternehmens überprüft und ggf. angepasst werden.

Eine genaue Priorisierung vorzunehmen stellt sich als schwierig dar, jedoch stellten sich Faktoren, wie z.B. Accuracy und der Ease of Use als besonders wichtig heraus. Zusätzlich ist der Faktor der Beteiligung äußerst wichtig. In den Interviews wurde regelmäßig darauf Bezug genommen, dass ein solches System überhaupt nur den gewünschten Nutzen und Erfolg liefern kann, wenn auch genügend Nutzer vorhanden sind. Darüber hinaus stellt die Unternehmenskultur und die daraus folgende Freiheit in der Kommunikation ein zentrales Element dar, das berücksichtigt werden sollte. Die erstellten Faktoren, dienen dazu, eine Information Quality, System Quality und Service Quality zu gewährleisten, bzw. zu erzeugen, durch welche es möglich ist, die gewünschte Intention to Use/Use und User Satisfaction zu erzeugen. Darüber hinaus ist die Einhaltung bzw. Berücksichtigung der Kritischen Einflussfaktoren der erste Schritt um Information Quality, System Quality und Service Quality in eine erfolgreiche und zufriedenstellende Nutzung zu übertragen. Nachdem dies sichergestellt wurde, hat das Unternehmen alle Möglichkeiten den gesamten Nutzen einer ESNA auszuschöpfen.

Schaut man weiter in die Zukunft, bleibt die Frage was nach dem Web 2.0 und Enterprise 2.0 kommt. Zukünftig, sollen speziell der mobile Aspekt und die Ubiquität aller Informationen noch weiter in den Vordergrund rücken. Dazu passt auch die vermutliche Ausweitung der Cloud Dienste, welche in naher Zukunft noch weiter an Stellenwert gewinnen werden. Eine Möglichkeit für eine Art Enterprise 3.0 wäre das Verankern von Social Software mit den alltäglichen Geschäftsprozessen. Dies wäre möglich, wenn es zu einer Kombination aus z.B. CRM und Social Software kommt. Zuletzt ist damit zu rechnen, dass die bereitgestellten Inhalte, sowohl privat, als auch beruflich, immer weiter auf den jeweiligen Nutzer zugeschnitten sein werden. Dies hat zur Folge, dass der Anwender über seine benötigten Informationen direkt verfügt.

Da davon auszugehen ist, dass ESN weiter wächst und die Anzahl der nutzenden Unternehmen ansteigt, wodurch das Forschungsfeld rund um ESN weiter aktuell bleiben.