

Enterprise Social Networking: Ein Framework und ein Fachkonzept für ein Industrieunternehmen

Bachelorarbeit

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

vorgelegt von

Name: Yücel

Vorname: Aylin Ebru



Prüfer: Prof. Dr. Michael H. Breitner

Hannover, den 09. Juli 2013

Inhaltsverzeichnis	Seite
Abbildungs-/Tabellenverzeichnis.....	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1. Einleitung	1
1.1.Motivation und Relevanz	1
1.2.Zielsetzung und Gang der Arbeit	2
2. Theoretische Grundlagen.....	2
2.1.Vom Web 2.0 zum Enterprise 2.0	2
2.1.1.Web 2.0	2
2.1.2.Social Software Tools.....	3
2.1.3.Enterprise 2.0.....	7
2.2.Forschungsvorgehen.....	8
2.2.1.Forschungsmethodik.....	8
2.2.2.Ein Industrieunternehmen als Fallstudie	12
3. Ein Framework für Enterprise Social Networking.....	12
4. Ein Fachkonzept zum Einsatz von Enterprise Social Networking-Anwendungen in einem Industrieunternehmen	20
4.1.Die Anforderungen an eine Enterprise Social Networking-Anwendung	20
4.2.Nutzen und kritische Erfolgsfaktoren.....	29
5. Diskussion, Implikationen und Limitationen	32
5.1.Allgemeine Diskussion.....	32
5.2.Implikationen für Forschung und Praxis	34
5.3.Limitationen der Arbeit	35
6. Fazit und Ausblick.....	36
Literaturverzeichnis.....	38
Anhang	A1
Ehrenwörtliche Erklärung	

1. Einleitung

1.1. Motivation und Relevanz

Die wachsende Bedeutung des Internets, IT-Trends und der demografische Wandel führen dazu, dass sich die Kommunikation in den letzten Jahren gewandelt hat. Aufgrund des enormen Erfolgs von offenen Social Networking-Diensten wie Xing oder Facebook setzen sich aktuell Unternehmen mit dem Nutzenpotential solcher Anwendungen auseinander. Das Ziel dabei ist die Kommunikation und Kollaboration zu fördern. Zudem wird eine Verbesserung des Beziehungs- und Wissensmanagements innerhalb des Unternehmens angestrebt. Dabei umfasst die Aufgabenstellungen von Social Networking-Anwendungen die Informationsverteilung, als auch das Speichern und Nutzbarmachen von unternehmensinternem Wissen. Somit gewährleistet die Anwendung für viele Unternehmen eine effizientere Arbeitsweise. Darüber hinaus sind die Nutzer in der Lage, Barrieren in der Kommunikation und Zusammenarbeit zu überwinden – ob räumlich, zeitlich oder organisatorisch. Für das Management werden auf diesem Wege die personellen Ressourcen des Mitarbeiterstamms explizit aufführt, um so Aufgaben und Projekte effizienter verteilen zu können. Auch wenn der Einsatz unternehmensinterner Enterprise Social Networking-Anwendungen derzeit noch nicht sehr verbreitet ist, lässt sich beobachten, dass die Einführung dieser Anwendungen zunimmt. Grund hierfür ist, dass Unternehmen ihre Mitarbeiter und ihr Wissen als entscheidende Ressource identifizieren, um am Markt erfolgreich handeln zu können. Das Wissen der Mitarbeiter rückt nicht nur als Produktionsfaktor, sondern auch als strategische Ressource in den Mittelpunkt und ist essentiell zur Schaffung von Wettbewerbsfähigkeit. Die zunehmende Vernetzung von Mitarbeitern wird besonders durch die steigende Komplexität von interdisziplinären Projekten und zugehörigen Aufgaben aufgerufen. Die Wissensarbeiter werden dazu veranlasst, bei Problemen und Fragen auf das Wissen persönlicher Kontakte zurückzugreifen. Folglich lassen sich gewandelte Anforderungen an die IT-Unterstützung der Wissensarbeiter wahrnehmen. Es ist nicht nur notwendig Funktionalitäten zur Expertensuche zur Verfügung zu stellen, sondern den Mitarbeitern explizit die Möglichkeit zu geben, miteinander in Kontakt zu treten. Anwendungssysteme, die genau diesen Anforderungen gerecht werden, indem sie ihren Nutzern Funktionalitäten zum Identitätsmanagement und Vernetzungen mit anderen Nutzern ermöglichen, werden als Social Networking-Dienste bezeichnet. Auch in der Forschung handelt es sich bei Enterprise Social Networking um ein recht neues Phänomen. Auf Grund des recht neuen For-

schungsgebiets und der Zeit, die nötig ist um fundierte Ergebnisse zu erlangen, gibt es bisher kaum wissenschaftliche Erfahrungswerte bzgl. der Auswirkungen des Einsatzes von Social Network Anwendungen. Die vorliegende Bachelorarbeit setzt hier an.

1.2. Zielsetzung und Gang der Arbeit

Das Ziel bzw. die Aufgabenstellung der vorliegenden Arbeit ist die Konzeption eines generischen Frameworks für Enterprise Social Networking. Zudem soll ein Fachkonzept für eine Enterprise Social Networking-Anwendung entworfen werden. Das Fachkonzept zeigt die funktionalen und nicht-funktionalen Anforderungen aus Nutzersicht auf und macht deutlich wie eine Anwendung innerhalb eines Unternehmens aussehen könnte.

Im Anschluss an die Einleitung werden im zweiten Kapitel die theoretischen Grundlagen erläutert. Dabei liegt der Fokus auf dem Entwicklungsprozess vom Web 2.0 zum Enterprise 2.0. Des Weiteren wird die Forschungsmethodik erläutert und das Industrieunternehmen beschrieben, mit dem die Bachelorarbeit in Kooperation entstanden ist. Im dritten Kapitel wird das Framework, welches durch offenes und selektives Coding von 14 Interviews und zehn Papern konstruiert wurde visualisiert und die Komponenten näher erläutert. Das vierte Kapitel beschreibt ein Fachkonzept basierend auf den Anforderungen der Mitarbeiter des Industrieunternehmens einer Enterprise Social Networking-Anwendung. Zudem werden Nutzen und kritische Erfolgsfaktoren aufgezeigt. Das fünfte Kapitel beinhaltet eine Diskussion der Ergebnisse, stellt Implikationen für die Praxis und Forschung auf und schließt mit den Limitationen der Bachelorarbeit ab. Das Fazit in Kapitel 5 gibt eine Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse der Arbeit wieder und endet mit einem Ausblick.

2. Theoretische Grundlagen

2.1. Vom Web 2.0 zum Enterprise 2.0

2.1.1. Web 2.0

Das Web 2.0 ist eine Weiterentwicklung des traditionellen Internets, welches um interaktive und kollaborative Elemente erweitert die Nutzer aktiver miteinbezieht. Der Begriff Web 2.0 entstand in einer Brainstorming-Sitzung zu einer Konferenz, welches die Veränderung im

spiegeln nur Funktionen wieder, die für den Endverbraucher sichtbar sind. Daher umfasst das Fachkonzept nicht Aspekte der Wartung oder Konfiguration. Da der Fokus auf funktionalen Anforderungen lag, wurden nicht-funktionale genannt, um das Fachkonzept abzurunden, jedoch nicht weiter erörtert. Mit Blick auf die Limitationen des Frameworks wurde die Erfolgsmessung im Fachkonzept nicht weiter betrachtet. Demnach wurden Funktionalitäten wie Social Analytics nicht beschrieben. Des Weiteren beschreibt das Fachkonzept die Anforderungen an eine Enterprise Social Networking-Anwendung aus Sicht des Nutzers, ohne auf die technische Umsetzung oder finanzielle Aspekte einzugehen.

6. Fazit und Ausblick

Die vorliegende Bachelorarbeit hatte zum Ziel ein Framework für Enterprise Social Networking zu erstellen. Das entstandene Framework ist ein Rahmenwerk, welches Enterprise Social Networking von der Einführung, Nutzung, Analyse bis hin zur Evaluation darstellt. Somit kann das Framework als Orientierung für Unternehmen bei der Einführung von Enterprise Social Networking-Anwendungen nützlich sein. Bei der Einführung und Nutzung von Enterprise Social Networking-Anwendungen stellt die Organisation den Rahmen und damit einen kritischen Erfolgsfaktor dar. Enterprise Social Networking-Anwendungen müssen nicht nur unterstützt werden, sondern auch gelebt und spezifisch an die Kultur angepasst werden. Dies geht einher mit Richtlinien und Regelungen. Zudem ist es wichtig den Erfolg des Informationssystems zu messen. Während die Erkenntnisse der Bachelorarbeit aufzeigen, dass in dem Bereich noch Forschungslücken herrschen, konnten Herausforderungen identifiziert werden, die bisher von der Forschung nicht näher betrachtet wurden. Neben der Organisation stellt der Nutzer einen weiteren Erfolgsfaktor dar. Denn nur wenn der Nutzer ein Informationssystem akzeptiert, wird er daran teilnehmen und einen Beitrag leisten. Bei erfolgreicher Implementierung einer Enterprise Social Networking-Anwendung werden Beziehungsmanagement, Informations- und Wissensmanagement, Kommunikation und Kollaboration positiv beeinflusst und unterstützt. Hauptfunktionalitäten, die eine Enterprise Social Networking-Plattform anbieten muss, sind Suchfunktionen, Tagging, Profile, Microblogging und Newsfeed. Bei der technischen Umsetzung müssen jedoch Herausforderungen wie Informationsflut und Ablenkung berücksichtigt und gegebenenfalls Anpassungen am System vorgenommen werden. Eine

Integration in bestehende Informationssysteme ist von essentieller Bedeutung. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der Erfolg von Enterprise Social Networking-Anwendungen maßgeblich von organisatorischen Rahmenbedingungen, der Unternehmenskultur und besonders ausschlaggebend von der Akzeptanz der Nutzer abhängig ist. Jedoch ist es wichtig sich mit den Potentialen einer Anwendung frühzeitig auseinander zu setzen, denn besonders in der Industriebranche ist der Wettbewerb groß. Durch einen erfolgreichen Einsatz von Enterprise Social Networking-Anwendungen kann ein bedeutender Wettbewerbsvorteil geschaffen werden.

In die Zukunft blickend wird immer mehr über das Web 3.0 gesprochen. Hierbei kommt eine Verbindung des Web 2.0 mit dem Semantic Web in Betrachtung. Ziel des Semantic Web ist es die Seiten im Web mit zusätzlichen Daten zu ergänzen. So wird automatisches Tagging und eine automatische Generierung von sozialen Kontakten möglich. Auch werden zunehmend mobile Endgeräte für berufliche Zwecke eingesetzt. Die Anwendung von Enterprise Social Networking auf mobilen Endgeräten muss daher näher ermittelt werden. Zukünftig wird die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit gefördert werden. Auch geht dies einher mit mobilen Arbeitsplätzen und Arbeitszeitreglungen. Diese Entwicklungen machen Enterprise Social Networking-Anwendungen noch bedeutender. Aufgrund der starken Bedeutung aus der Praxis, kann mit verstärkt mit Forschungsvorhaben in diesem Forschungsfeld gerechnet werden.