

Enterprise 2.0 ... Social Software in Unternehmen

Prof. Dr. Michael Koch

Universität der Bundeswehr München
Forschungsgruppe Kooperationssysteme

<http://www.kooperationssysteme.de/>

September 2008



CSCM
Forschungsgruppe
Kooperationssysteme
München

1 Web 2.0

Nachdem bereits im Jahr 1982 der PC (Personal Computer) vom Time-Magazin als „Person of the Year“ ausgezeichnet worden war, wurde diese Ehre Ende des Jahres 2006 dem Web 2.0 zu Teil. Den Time-Autoren gelang es eine der lautenden Devisen des Web 2.0 in den Titel zu integrieren. Ausgezeichnet wurde: „You“ (Du). Damit ist jeder Benutzer gemeint, der sich über Weblogs, Wikis oder anderweitig im World Wide Web (WWW) einbringt. Denn im Web 2.0 ist der Benutzer nicht mehr nur noch Konsument, er selbst wird zum Gestalter, indem er Inhalte bereitstellt. Das in diesem Zusammenhang oft genannte Schlagwort lautet „*participation*“ – Partizipation oder Beteiligung (der Benutzer) – bzw. „*user generated content*“ (benutzergenerierte Inhalte). Diese freiwillige und aktive Mitwirkung eines großen Anteils der Benutzer stellt das Hauptcharakteristikum des Web 2.0 dar. Der Nutzer steht im Vordergrund bzw. im Mittelpunkt des Geschehens.

Um das freie (Mit-)Wirken möglichst vieler ohne Zwänge von Organisationen, Prozessen, Technologien, bestimmter Plattformen zu ermöglichen, haben sich einige wenige weitere Grundcharakteristika von Web 2.0-Anwendungen herausgebildet:

Ich-Zentriertheit und Netzwerke: Eine Eigenschaft von Web 2.0 Anwendungen (im Gegensatz zu bisherigen Groupware, Community-, Wissensmanagement-Anwendungen) ist es, dass zuerst die Bedürfnisse des einzelnen Nutzers betrachtet werden und erst dann über den Austausch der Erfassten Informationen und die Organisation in Netzwerken ein Gruppennutzen angestrebt wird.

Datenzentriertheit: Die möglichst freie Interaktion erfordert den Abschied von bestimmten Plattformen. Wichtiger als aufwändig gestaltete Startseiten sind im Web 2.0 die Daten hinter diesen Angeboten. Die Daten werden auf verschiedenen Wegen zur besseren Integration verfügbar gemacht (z.B. über RSS, Web Services).

Benutzbarkeit / Usability: Natürlich stellen auch einfach zu bedienende Benutzungsschnittstellen eine wichtige Säule des Web 2.0 dar. Ein Aspekt der Benutzbarkeit ist die mit Desktop-Anwendungen vergleichbare Interaktivität, ein anderer die Bereitstellung im Web, d.h. die Möglichkeit der Nutzung der Anwendungen über Web-Browser von überall her ohne Installation von Programmen.

Modularität: Einen weiteren Schub für die Benutzbarkeit und Motivation erhalten Web 2.0 Anwendungen dadurch, dass sie einfach erstellt, rekombiniert und angepasst werden können. Dadurch wird es einfach möglich neue Spezialanwendungen (auch für kleine Anwendergruppen) zu erstellen, was wiederum die Nutzerbasis und Partizipation verstärkt.

2 Social Software

Unter „Social Software“ versteht man Anwendungen, die menschliche Interaktion unterstützen und dazu größtenteils oben genannte Technologien nützen. Coates beschreibt Social Software beispielsweise als „*Software that supports, extends, or derives added value from human social behaviour*“¹.

Das breite Spektrum von Social Software Anwendungen lässt sich auf verschiedene Weise strukturieren. Wir bevorzugen eine Strukturierung nach drei Funktionalitätsdimensionen (siehe Abbildung 1):

- **Informationsmanagement:** Ermöglichung des Findens, Bewertens und Verwaltens von (online verfügbarer) Information.
- **Identitäts- und Netzwerkmanagement:** Ermöglichung der Darstellung von Aspekten seiner selbst im Internet, sowie der Verwaltung von sozialen Netzwerken
- **Kommunikation:** Direkte und indirekte Kommunikation mit Partnern im Netzwerk

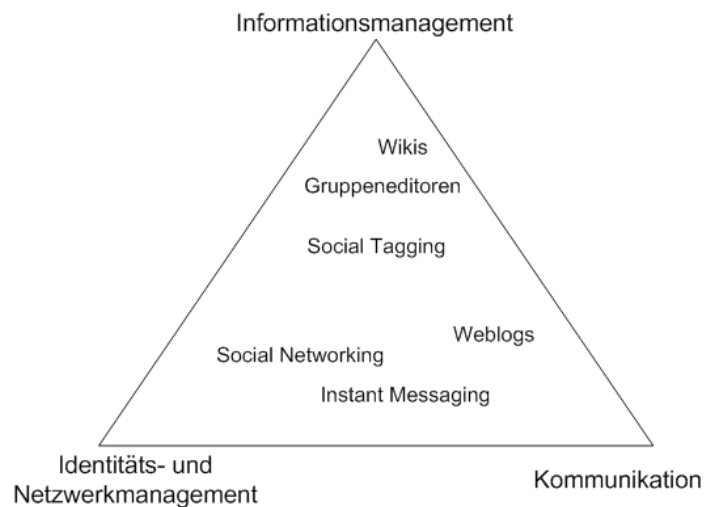


Abbildung 1: Das „Social Software Dreieck“

Zur Charakterisierung dessen, was genau unter Social Software genau zu verstehen ist kann man auch die Anwendungsklassen aufzuzählen, die sich aktuell herauskristallisiert haben. Wir unterscheiden dabei

- Weblogs
- Wikis und Gruppeneeditoren
- Social Tagging (-Anwendungen) / Social Bookmarking(-Anwendungen)
- Social Networking (-Anwendungen)
- und schließlich Instant Messaging und Präsenz-Awareness Anwendungen.

In Abbildung 1 wurden die Klassen gemäß der Ausprägung der zuvor genannten Einsatzintentionen bei Social Software eingeordnet.

Neben der Charakterisierung anhand von Anwendungsklassen kann man Social Software schließlich auch noch anhand der Möglichkeiten charakterisieren, welche die Anwendungen bereitstellen. McAfee fasst diese Charakteristika beispielsweise im Wort SLATES (search, links, authoring, tags, extensions, signals) zusammen². Nachfolgend finden Sie unsere Interpretation der Charakteristika von Social Software, die sehr gut zu den SLATES-Charakteristika von McAfee passt:

- So einfach wie möglich selbst Beiträge veröffentlichen oder Inhalte editieren können („authoring“)
- Durch Tagging einfach strukturierende Metadaten beitragen können („tags“)

¹ Coates (2005): An addendum to a definition of Social Software.

http://www.plasticbag.org/archives/2005/01/an_addendum_to_a_definition_of_social_software
Letzter Zugriff am 11.05.2007

² McAfee (2006): Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration. MITSloan Management Review 47(3).

- Durch Annotations- und Verlinkungsmöglichkeiten einfach zusätzliche Inhalte und Metadaten bereitstellen können („authoring“, „links“)
- Durch Abonnierungsmöglichkeiten einfach auf neue Inhalte aufmerksam gemacht werden können („signals“)
- Beigetragene Inhalte einfach auffindbar machen („search“, „tags“)
- Modularer, dienstorientierter und datenzentrierter Aufbau der Anwendungen („extensions“)

3 Enterprise 2.0 - Social Software im Unternehmen

In seinem schon zuvor erwähnten Artikel „Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration“ beschreibt Andrew McAfee von der Harvard Business School wie Social Software im Unternehmenskontext eingesetzt werden kann, um die Zusammenarbeit der Mitarbeiter zu unterstützen. McAfee verwendet dabei den Begriff Enterprise 2.0, um im Bereich Web 2.0 auf Plattformen zu fokussieren, die von Unternehmen eingesetzt werden, um die Praktiken und Ergebnisse ihrer Wissensarbeiter sichtbar zu machen.

Das erste sichtbare Zeichen für die Adoption von Social Software in Unternehmen waren unternehmensinterne Weblogs und Wikis. Insbesondere in Software-Projekten wurden Wikis früh als zusätzliche Möglichkeit der Kommunikation ohne große Formalismen eingeführt. Unternehmen wie Socialtext bieten seit Jahren Wiki-Lösungen an, die sowohl außerhalb des Unternehmens gehostet werden können als auch hinter der Firewall im Intranet installiert werden können. Durch die Verbreitung von Weblogs haben sich auch die Syndizierungsformate RSS und Atom in den Unternehmen ausgebreitet.

Gegenüber anderen Werkzeugen zur Kommunikationsunterstützung oder zum Wissensmanagement bietet Social Software laut McAfee bessere Möglichkeiten implizites Wissen („tacit knowledge“) und Best Practices unternehmensweit verfügbar zu machen. In diesem Zusammenhang nennt McAfee seine Anforderungen, damit Enterprise 2.0 funktionieren kann:

- Das Schaffen einer offenen Unternehmenskultur
- Eine Plattform (im Intranet) auf der die Zusammenarbeit möglich wird
- Change Management, das auf die Bedürfnisse der Nutzer eingeht, statt an formalen Prozessen festzuhalten
- Commitment von der Unternehmensführung

Social Software (und die sich verändernden Unternehmenskulturen) bieten einen ausgezeichneten Ausgangspunkt, um die Zusammenarbeit in einem Unternehmen zu verbessern. Ein Unternehmen kommt jedoch nicht umhin, sich mit seinen Stärken und Schwächen auseinander zu setzen. Enterprise 2.0 bedeutet nicht: Installieren wir ein Wiki hier und zwei Weblogs da und dann schauen wir einmal. Das kann außerhalb eines Unternehmens funktionieren – im Unternehmen muss die Einführung aber klarer in den Unternehmenskontext eingebettet sein und mit organisatorischen oder kulturellen Maßnahmen begleitet werden.

Ein Artikel in der Zeitschrift Information Week beschreibt dies sehr anschaulich:

“Enterprise 2.0 can’t just be about a wiki here, a blog there forever. Taken together, the emergence and convergence of Web 2.0 and IP communications is what will determine whether there’s truly an Enterprise 2.0. It’s a new architecture defined by easier, faster, and contextual organization of and access to information, expertise, and business contacts—whether co-workers, partners, or customers. And all with a degree of personalization sprinkled in.” (aus der Information Week, Ausgabe 34, 26.2.2007)

4 Erfolgsfaktoren beim Einsatz von Social Software

Als Erfolgsfaktoren für den Einsatz von Social Software (sowohl in als auch außerhalb von Unternehmen) kristallisieren sich aktuell hauptsächlich heraus

- Einfache Nutzung (geringe Nutzungshürden, sowohl technisch als auch organisatorisch)
- Fokus auf Nutzen für den Einzelnen (Herstellen und auch klar kommunizieren)

Beides zusammen lässt sich mit der Herstellung eines möglichst positiven Verhältnisses von Aufwand und Nutzen für den einzelnen Benutzer zusammenfassen.

Dabei hat sich gezeigt, dass die in Abschnitt 3 genannten Charakteristika maßgeblich dazu beitragen – z.B. die einfache Auffindbarkeit / Abonnierbarkeit von Inhalten.

Als ein weiterer Erfolgsfaktor für die Einführung von Social Software in Unternehmen hat sicher herausgestellt den Benutzern möglichst wenig (am besten gar keine) Alternativen zu bieten. Hintergrund dazu ist, dass alternative Möglichkeiten eine Sache zu machen erstens Medienwahlkosten generieren und zweitens dazu führen, dass wichtige Information auf verschiedene Medien verteilt wird und höhere Kosten bei der Suche anfallen. Natürlich muss man nicht alle Alternativen abschalten um dieses Problem in Griff zu bekommen. Häufig reicht auch schon eine klare Anleitung welche Medien für welche Information/Kommunikation benutzt werden sollten.

Als Hemmschuh zeigt sich aktuell auch die (notwendige) Struktur in den Inhalten, mit denen gearbeitet (zu denen beigetragen) werden soll. Die Einhaltung der Struktur und das sich Orientieren in der Struktur verursacht zusätzliche „Kosten“ für die Beitragenden, was deren Motivation verringert.

Als Lösungsansatz dazu schält sich momentan erstens die Reduktion von (zwingend vorgeschriebener und notwendiger) Struktur auf ein Minimum sowie der Einsatz sogenannter „Gärtner“, die für die Benutzer Struktur wieder herstellen, heraus. Insbesondere im Zusammenhang mit Wikis zeigt sich das – hier sind Unternehmensanwendungen selten so einfach/klar strukturiert wie die erfolgreiche Wikipedia.

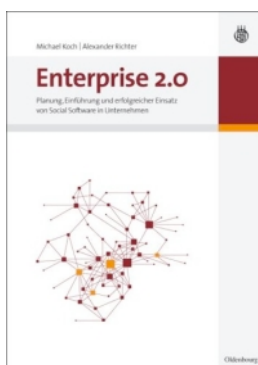
Die Überlegungen des letzten Punktes lassen sich sehr schön in der Empfehlung zusammenfassen, dass nicht nur die Erstellung von Inhalten möglichst einfach sein soll, sondern auch die Pflege / die „Reparatur“ des Mediums, bzw. dass wenigstens die Kosten für letzteres auch berücksichtigt werden müssen.

... zum Weiterlesen

Dieser Beitrag stellt eine um Erkenntnisse aus aktuellen Fallstudien angereicherte Kurzfassung der Einleitung aus dem Buch Enterprise 2.0 von Koch und Richter dar (siehe unten).

Eine Sammlung von Fallstudien zum Thema Enterprise 2.0 findet sich unter <http://www.kooperationssysteme.de/case/>

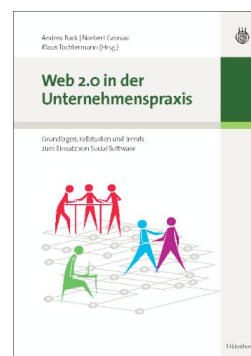
Bücher, die sich mit dem Thema praxisnah beschäftigen (und auch jeweils verschiedene Fallstudien und Empfehlungen präsentieren):



Koch, Richter:
Enterprise 2.0,
Oldenbourg, 2008



Buhse, Samer (Hrsg.):
Enterprise 2.0 - Die Kunst
loszulassen,
Rhombos-Verlag, 2008



Back, Gronau, Tochtermann (Hrsg.):
Web 2.0 in der Unternehmenspraxis,
Oldenbourg, 2008