

Alexander Rossmann · Gerald Stei
Markus Besch *Hrsg.*

Enterprise Social Networks

Erfolgsfaktoren für die Einführung
und Nutzung – Grundlagen,
Praxislösungen, Fallbeispiele



Springer Gabler

Enterprise Social Networks

Alexander Rossmann • Gerald Stei • Markus Besch
(Hrsg.)

Enterprise Social Networks

Erfolgsfaktoren für die Einführung und
Nutzung – Grundlagen, Praxislösungen,
Fallbeispiele



Springer Gabler

Herausgeber
Alexander Rossmann
Bietigheim-Bissingen
Baden-Württemberg
Deutschland

Markus Besch
SocialMedia Institute (SMI)
Nürtingen
Deutschland

Gerald Stei
München
Deutschland

ISBN 978-3-658-12651-3
DOI 10.1007/978-3-658-12652-0

ISBN 978-3-658-12652-0 (eBook)

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

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
(www.springer.com)

Vorwort

Enterprise Social Networks beziehen sich auf eine weitere Evolutionsstufe bei der Nutzung digitaler Technologien für die Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen. Die Art und Weise wie in Unternehmen kommuniziert und kooperiert wird unterliegt kontinuierlichen Veränderungen. Dabei hat sich die Nutzung moderner Informationstechnologien in den letzten Jahrzehnten gravierend auf den Arbeitsalltag in Unternehmen ausgewirkt. Kaum ein Prozess ist heute noch ohne IT-Unterstützung möglich. Ein weiterer Schritt in dieser Entwicklung bezieht sich nun auf den Einsatz so genannter Enterprise Social Networks (ESN), die häufig auch unter Schlagworten wie „Enterprise 2.0“, „Enterprise Social Software“ oder „Social Business“ diskutiert werden. Aus theoretischer Sicht handelt es sich dabei um webbasierte Intranet-Plattformen, die es den Mitarbeitenden in Unternehmen erlauben, dauerhafte Objekte zu einem gemeinsamen Pool beizusteuern, öffentliche Antworten zu diesen Objekten erfassen und die Vernetzung der Nutzer untereinander fördern. Praktisch geht es um eine neue Form der Zusammenarbeit. Die Mitarbeitenden erhalten ein öffentliches Profil und können transparent mit anderen Unternehmensmitgliedern kommunizieren – und dies über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg. Typische Ansätze für ESN werden auf der Grundlage unterschiedlicher Softwarelösungen umgesetzt. Der vorliegende Herausgeberband gibt einen Einblick in theoretische Grundlagen, Praxislösungen und Fallstudien für den Einsatz dieser Lösungen.

Eine weitere Diskussion der Chancen, Grenzen und Erfolgsfaktoren von ESN ist dringend erforderlich. In der Unternehmenspraxis ist der Einsatz von Social Software in der internen Kommunikation und Zusammenarbeit häufig mit hohen Erwartungen verbunden. Dies bezieht sich beispielsweise auf die Verbesserung der Zusammenarbeit, den Wissensaustausch oder die Stimulierung von Innovationsprozessen. ESN sollen sich auch positiv auf die Führungskultur und die Mitarbeiterzufriedenheit bzw. allgemein die Produktivität auswirken.

Seit etwas mehr als zwei Jahren werden daher auch im deutschsprachigen Raum ESN eingeführt. Dies bezieht sich v. a. auf den Einsatz in Großunternehmen. Analysten prognostizieren für 2017 ein weltweites Marktvolumen von 2,7 Mrd. US-Dollar. Angesichts dieser Investitionen stellt sich die Frage, welche Faktoren für den Erfolg wesentlich sind bzw. ob sich die mit ESN verbundenen Erwartungen realisieren lassen.

Derartige Fragestellungen diskutiert dieser Herausgeberband. Dabei werden drei wesentliche Schwerpunkte gesetzt. Teil 1 des Bandes befasst sich der Perspektive der Forschung und der Untersuchung von ESN mit wissenschaftlichen Forschungsmethoden.

Teil 2 lenkt den Fokus bereits auf die Perspektive der Praxis. Dabei werden einige Kernkonzepte diskutiert, die für den praktischen Einsatz von ESN von zentraler Bedeutung sind. Teil 3 skizziert schließlich die Umsetzung der skizzierten Modelle und Werkzeuge anhand von konkreten Fallbeispielen aus der Unternehmenspraxis. Es werden Erfahrungen bei der Einführung von ESN aus der Perspektive von vier Großunternehmen dargestellt.

Zu Beginn geben die Herausgeber eine Einführung in das Thema. ESN werden begrifflich gefasst und aus Perspektive der Forschung und Praxis definiert. Dabei bezieht sich der Beitrag im Wesentlichen auf die Analyse der wesentlichen Forschungsfelder für ESN. Die Analyse macht zum einen deutlich, dass die relevante Forschung im Themenbereich bereits einen erheblichen Umfang erreicht hat. Zum anderen sind immer noch vielfältige Fragen zu beantworten, die sich beispielsweise auf das Nutzerverhalten, Management, Leadership und die Governance von ESN beziehen. Insgesamt werden acht relevante Forschungsfelder abgeleitet und mit Hinblick auf relevante Forschungsfragen für zukünftige Projekte beschrieben.

Der folgende Beitrag von Sebastian Sprenger befasst mit einem dieser Forschungsfelder, nämlich mit der Erfolgsmessung in ESN. Untersuchungen in der Unternehmenspraxis machen deutlich, dass viele Führungskräfte bei der Einführung entsprechender Plattformen zögern. Dies wird häufig daran festgemacht, dass kein messbarer Nutzen durch Veränderungen bei der Kommunikation und Zusammenarbeit zu erlangen ist. Sebastian Sprenger setzt eine Befragung von Enterprise 2.0 Nutzern und Nicht-Nutzern auf und vergleicht die wahrgenommene Effektivität bei der Aufgabenbewältigung. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass Enterprise 2.0 Anwendungen tatsächlich eine höhere, wahrgenommene Produktivität bei den Nutzern hervorrufen. Dies bietet eine hervorragende Ausgangsbasis für weitere Forschungsarbeiten zur Messung der Erfolgswirkung von ESN.

Im Anschluss daran diskutieren David Wagner, Jan-Mathis Schnurr, Susanne Enke und Ben Ellermann die Bedeutung von Social-Media- und Community-Management in der digitalen Transformation. Auf dem Weg zur vernetzten Organisation spezialisieren sich auch die Berufsbilder in Unternehmen. Auf der Basis einer Studie des Bundesverband Community Management e. V. lässt sich ableiten, dass die Ausbildung neuer Rollenprofile im Kontext von ESN bereits ein ausgeprägtes Niveau erreicht hat. In der Tendenz wird diese Spezialisierung in Zukunft weiter zulegen. Daher zeigt der Beitrag auch auf, wie neue Berufsfelder gefördert und mit bereits etablierten Rollen auf Team- und Organisationsebene zu vernetzen sind.

Die Ausbildung neuer Rollen und die Steuerung der Kommunikation und Zusammenarbeit in ESN kann unter dem Begriff der Governance zusammengefasst werden. Das Konstrukt Governance wird in seiner Konzeptualisierung, Definition und in Bezug auf die konkrete Umsetzung in Unternehmen durch den Beitrag von Alexander Rossmann, Gerald Stei und Winfried Ebner skizziert. Auf Basis einer fundierten Literaturanalyse und qualitativer Interviews werden mögliche Governancemodelle für die Einführung und

Weiterentwicklung von ESN diskutiert. Die Resultate der Untersuchung weisen auf Zusammenhänge zwischen unterschiedlichen Intensitäten und Formen der Governance und der Nutzung von ESN hin, die sich als Ausgangshypothesen für weitere Forschungsarbeiten nutzen lassen.

Einen weiteren Ausblick in die Zukunft bietet schließlich der Beitrag von Daniel Hein und Philipp Rauschnabel zu *Augmented Reality Smart Glasses*. Die Autoren zeigen auf, wie neue technologische Möglichkeiten zusätzliche Informationen in verschiedenen Wertschöpfungszusammenhängen erzeugen. Dabei werden besonders die Einsatzmöglichkeiten von *Smart Glasses* im Kontext von ESN skizziert. Der Beitrag diskutiert sowohl theoretische Perspektiven zur Konzeptualisierung der Kernfaktoren für die Akzeptanz neuer Technologien, als auch Ansatzpunkte zur Erzeugung von Wettbewerbsvorteilen durch *Smart Glasses* in der Wissensarbeit.

Der **zweite Teil** des vorliegenden Herausgeberbands behandelt praxisorientierte Leitlinien und Empfehlungen für die Einführung und Nutzung von ESN. Den Anfang macht in dieser Hinsicht ein Beitrag von Martina Göhring und Joachim Niemeier zu erfolgreichen Praktiken bei der Einführung von ESN. Die Autoren betonen, dass der Aufwand der Einführung entsprechender Plattformen in den meisten Unternehmen unterschätzt wird. Dies gilt v. a. für die Anforderungen in Bezug auf Arbeitsprozesse und die Unternehmenskultur. Auf der Grundlage von empirischen Studien werden die Ziele, Treiber, Erfolgsfaktoren und Barrieren für die Einführung von ESN skizziert. Dies beinhaltet auch eine Blaupause für die wesentlichen sieben Schritte der Systemeinführung. Dabei empfehlen die Autoren ein Lernen aus Fallbeispielen und die Übertragung bereits umgesetzter Maßnahmen aus Best Practice Erfahrungen.

Die drei folgenden Beiträge greifen konkrete Teilfragen bei der Nutzung von ESN auf. Der erste Themenbereich bezieht sich auf die Gewährleistung von Datensicherheit. Katrin Beuthner weist darauf hin, dass in ESN auch vertrauliche Informationen und Daten ausgetauscht werden. Daher spielen die Datensicherheit und der Datenschutz an dieser Stelle eine besondere Rolle. Der Fokus des Beitrags lenkt die Aufmerksamkeit auf konkrete Risikofaktoren sowie auf Instrumente und Techniken, die genutzt werden können, um die Datensicherheit von ESN zu verbessern.

In diesem Kontext zeigt Carsten Ulbricht rechtliche Implikationen und entsprechende Handlungsempfehlungen für ESN auf. ESN versprechen unterschiedliche Vorteile, u. a. durch die Förderung der Effizienz von Arbeitsprozessen und einen barrierefreien Informationsfluss im Unternehmen. Dabei sind jedoch einige rechtliche Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Dies gilt bereits für die Phase der Konzeption und Einführung, da sich relevante Fragen bereits hier adressieren lassen. Der Beitrag von Carsten Ulbricht gibt einen Überblick zu den relevanten rechtlichen Implikationen. Im Einzelnen werden die Aspekte Datenschutz, Urheberrecht, Arbeitsrecht und Risikomanagement in Bezug auf die Anwendung sozialer Netzwerke im Unternehmenskontext dargestellt.

Die Themenbereiche Datenschutz und Datensicherheit sowie die rechtlichen Rahmenbedingungen setzen einen Gestaltungsbereich für die Entwicklung und Umsetzung von ESN. Der Beitrag von Volker Steinhübel und Sebastian Reek greift auf, dass für die

Entscheidung für oder gegen den Einsatz entsprechender Lösung jedoch eine Bewertung des ökonomischen Nutzens maßgeblich ist. Eine valide Messung der ökonomischen Vorteile von Kommunikationsmitteln ist mit unterschiedlichen Herausforderungen verbunden. Der durch die wirksame Anwendung eines ESN generierte Nutzen zeigt sich zunächst in einer Steigerung des gegenseitigen Vertrauens und der damit verbundenen Reduktion von Transaktionskosten. Die hat einen direkten Einfluss auf Erfolgsfaktoren im Beziehungs-, Struktur- und Humankapital. Durch einen ganzheitlichen Betrachtungsansatz kann die strategische und operative Wirkung des Wissenskapsitals auf die Performance des Unternehmens analysiert werden. Damit wird den für ein ESN notwendigen Investitionen in Kapazitäten und Technologie eine quantifizierbare ökonomische Erfolgsgröße gegenübergestellt.

ESN sind heute bei Großunternehmen im Einsatz oder befinden sich zumindest im Einführungsprozess. Markus Besch stellt in seinem Beitrag die These auf, dass der Mittelstand bei der Nutzung von ESN zögert und weitgehend auf traditionelle Modelle der Kommunikation und Zusammenarbeit setzt. Dies kann sich insbesondere bei der Gewinnung junger Talente als Nachteil erweisen, da von dieser Mitarbeitergruppe ein digitaler Arbeitsplatz mit zeitgerechten Werkzeugen und offenen Partizipationsmöglichkeiten erwartet wird. Der Beitrag von Markus Besch beleuchtet daher, welche spezifischen Voraussetzungen bei mittelständischen Unternehmen zu berücksichtigen sind und wie sich ESN auch im Mittelstand wirksam einsetzen lassen.

Der abschließende Beitrag im zweiten Kapitel von Peter Schütt thematisiert die interne Seite der digitalen Transformation. Technologien wie Cloud Computing, mobile Endgeräte und soziale Medien haben sich bislang v. a. auf das Zusammenspiel mit externen Bezugsgruppen ausgewirkt. Grundsätzlich ist jedoch davon auszugehen, dass sich auch interne Prozesse im Wandel befinden. Dies führt zu einer Transformation hin zu digitalen Unternehmen, in denen Netzwerkstrukturen eine höhere Bedeutung zukommen wird. Peter Schütt macht deutlich, dass dies nicht als Einführung einer neuen IT-Plattform, sondern in erster Linie als Change Projekt für die gesamte Organisation zu deuten ist. Dabei müssen unterschiedliche Abteilungen einen Beitrag leisten. Darüber hinaus verändert sich die Rolle der Führung in Unternehmen. Gleichzeitig setzt sich der technologische Wandel fort, denn schon bald werden kognitive Systeme unsere Arbeitsweisen erneut stark verändern.

Der **dritte Teil** dieses Herausgeberbands befasst sich mit Fallbeispielen und Einblicken in die praktische Umsetzung von ESN. Den Anfang macht hier Christina-Dorothea Schlichting. Sie beschreibt die Einführung einer internen sozialen Kollaborationsplattform bei der *Volkswagen AG*. Mit der Plattform will der Konzern eine bessere Abstimmung zwischen den Mitarbeitern ermöglichen, eine offenere Kultur fördern und gleichzeitig den Wissens- und Erfahrungsaustausch intensivieren. Die Erfahrungen bei Volkswagen weisen darauf hin, dass die Usability der technischen Plattform für die Akzeptanz der Nutzer wesentlich ist. Darüber hinaus geht es darum, die Mitarbeiter bei der Entwicklung der Plattform umfassend einzubeziehen. Dies betrifft v. a. die Gestaltung von Anwendungsfällen in verschiedenen Fachbereichen. Der Beitrag gibt Einblicke in einige Use Cases bei

Volkswagen und beleuchtet weitere Faktoren, die für den Erfolg eines ESN aus Sicht der Praxis wesentlich sind.

Winfried Ebner, Keltoum Strunck-Zair und Romina Seidel gehen anschließend auf die TSN Guide Initiative der *Telekom Deutschland* ein. TSN steht für Telekom Social Network und bezieht sich auf die Umsetzung eines ESN im Telekommunikationskonzern. Die Idee der TSN Guides dreht sich um die Einbindung von Mitarbeitern, die freiwillig Ansätze für „Anders Arbeiten“ in die Organisation tragen. Der Beitrag diskutiert, wie die Initiative gestartet wurde, welches Selbstbild sich entwickelt hat und durch welche Formate die TSN Guides unterstützt werden. Die Guides werden heute als wesentlicher Erfolgsfaktor für das TSN gesehen. Daher bietet der Beitrag Einblicke in die Eckpfeiler der Einführung eines ESN auf Basis einer Freiwilligen-Initiative. Darüber hinaus geht es darum, wie sich derartige Guide-Konzepte in Zukunft weiter ausbauen lassen.

Das dritte Fallbeispiel des Herausgeberbands befasst sich mit dem Relaunch des ESN bei der *Bayer AG*. Thomas Helfrich und Gerald Stei führen aus, wie sich Connections@Bayer seit der konzernweiten Einführung im Jahr 2012 entwickelt hat. Dabei fokussiert sich der Beitrag auf die Begleitung der Einführung eines ESN durch Kommunikationsmaßnahmen. Dies umfasst beispielsweise die Gewinnung der Aufmerksamkeit der Mitarbeiter und die Schaffung von Interesse für die neue Form der Zusammenarbeit. Die Kommunikationsstrategie bei Bayer umfasst acht Kernnachrichten, die auf unterschiedlichen Kommunikationskanälen im Unternehmen verbreitet werden. Zudem lassen sich durch die Verwendung von Testimonials die Vorteile für alle Mitarbeitergruppen darstellen. Der Relaunch war erfolgreich: Die Nutzerzahlen konnten erweitert werden und die Mitarbeiterzufriedenheit stieg an. Die Fallstudie stellt daher anschaulich dar, dass ein von einer effektiven Kommunikationskampagne begleiteter Relaunch eines ESN die Nutzung entsprechender Plattformen nachhaltig beeinflussen kann.

Den Abschluss des dritten Kapitels bildet der Erfahrungsbericht von Rüdiger Schönbohm zur Einführung eines ESN bei der *Robert Bosch GmbH*. Der Weg in ein vernetztes Unternehmen begann bei Bosch mit der schrittweisen Einführung einer Social Collaboration Plattform für die weltweit über 300.000 Mitarbeiter der Bosch-Gruppe. Das ESN entwickelte sich zunehmend zu einem wesentlichen Baustein für die langfristig angelegte Weiterentwicklung der Organisation in ein agiles Unternehmen. Der Beitrag erläutert wichtige Schritte auf diesem Weg und zeigt exemplarisch das Vorgehensmodell und die Auswirkungen auf Strategie, Geschäftsprozesse, IT, Führungs- und Mitarbeiterentwicklung sowie Kultur auf.

Die einzelnen Beiträge lassen sich einzeln oder chronologisch lesen und bieten einen Überblick zum Stand von Forschung und Praxis in Bezug auf die Nutzung von ESN. Es zeigt sich deutlich, dass mit der Einführung entsprechender Plattformen ein grundlegender Wandel der Kommunikation und Zusammenarbeit in Unternehmen verbunden ist. Dabei kann nicht oft genug auf den Charakter entsprechender Projekte als Veränderungsvorhaben hingewiesen werden. Daher sind neben technologischen Fragestellungen, v. a. Aspekte wie Governance, Führung, Kommunikation sowie das Zusammenspiel zwischen ESN und der Aufbau- sowie Ablauforganisation zu beleuchten. In diesem Sinne lassen

sich entsprechende Plattformen mittelfristig als Treiber für den Wandel hin zu vernetzten, transparenten und dynamisch agierenden Unternehmen nutzen. Der vorliegende Herausgeberband bietet dazu einen Zwischenbericht und weist auf weitere Entwicklungsperspektiven hin.

An dieser Stelle bedanken wir uns in erster Linie bei den Autoren für die Zusammenarbeit bei der Gestaltung und Umsetzung der einzelnen Beiträge.

Dezember 2015

Alexander Rossmann,
Gerald Stei und Markus Besch

Abkürzungsverzeichnis

AA:	Automotive Aftermarket
Abb.:	Abbildung
Abs.:	Absatz
AG:	Aktiengesellschaft
AK:	Arbeitskreis
API:	Application Programming Interface
AR:	Augmented Reality
ArbnErfG:	Arbeitnehmererfindungsgesetz
B2B:	Business to Business
BDSG:	Bundesdatenschutzgesetz
BES:	Blackberry Enterprise Server
BetrVG:	Betriebsverfassungsgesetz
BSC:	Balanced Scorecard
BVCM:	Bundesverband Community Management
BYOD:	Bring Your Own Device
bzw.:	beziehungsweise
ca.:	circa
CD:	Corporate Design
CI:	Corporate Identity
CIO:	Chief Information Officer
CMS:	Content Management System
CSCW:	Computer Supported Cooperative Work
DFB:	Deutscher Fußballbund
d. h.:	das heißt
DMZ:	Demilitarized Zone
DNS:	Domain Name System
E2.0:	Enterprise 2.0
ebd.:	ebenda
ECS:	Enterprise Collaboration Software

EFQM:	European Foundation of Quality Management
e. g.:	example given
ERP:	Enterprise Ressource Planning
ESN:	Enterprise Social Network
ESS:	Enterprise Social Software
et al.:	et aliae
etc.:	et cetera
EU:	Europäische Union
FAQ:	Frequently Asked Questions
FB:	Facebook
f./ff.:	folgende
ggf.:	gegebenenfalls
GIS:	Geographic Information System
GmbH:	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HR:	Human Ressources
Hrsg.:	Herausgeber
HTTP:	Hypertext Transfer Protocol
HTTPS:	Hypertext Transfer Protocol Secure
IBM:	International Business Machines
ICR:	Intellectual Capital Reports
i. d. R.:	in der Regel
IEC:	International Electrotechnical Commission
IfM:	Institut für Mittelstandsforschung
iOS:	iPhone Operating System
IP:	Internet Protocol
ISO:	International Organization for Standardization
ISS:	Intranet Social Software
IT:	Informationstechnologie
i. V. m.:	in Verbindung mit
KMU:	Kleine und Mittlere Unternehmen
KPI:	Key Performance Index
LAN:	Local Area Network
LDAP:	Lightweight Directory Access Protocol
LTE:	Long Term Evolution
Mio.:	Millionen
Mrd.:	Milliarden
MW:	Mittelwert
N:	Größe der Stichprobe
NAT:	Network Address Translation
NGFW:	Next Generation Firewall
o. A.:	ohne Angabe
o. ä.:	oder ähnliche(s)

OSN:	Online Social Networks
PC:	Personal Computer
PDCA:	Plan-Do-Change-Act
PDF:	Portable Document Format
PIN:	Personal Identification Number
QR:	Quick Response
R&D:	Research and Development
RoD:	Return on Digital
RoI:	Return on Investment
S.:	Seite
SD:	Standardabweichung
SME:	Small and Medium Enterprises
SMTP:	Simple Mail Transfer Protocol
SNS:	Social Networking Site
SocBiz:	Social Business
Tab.:	Tabelle
TAM:	Technology Acceptance Model
TMG:	Telemediengesetz
TQM:	Total Quality Management
TRA:	Theory of Reasoned Action
TSN:	Telekom Social Network
TTF:	Task Technology Fit
UrhG:	Urheberrechtsgesetz
URL:	Uniform Resource Locator
USA:	United States of America
usw.:	und so weiter
UX:	User Experience
v. a.:	vor allem
VDI:	Verein Deutscher Ingenieure
vgl.:	vergleiche
VPN:	Virtual Private Network
VR:	Virtual Reality
vs.:	versus
VUCA:	Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity
VW:	Volkswagen
WAN:	Wide Area Network
WWW:	World Wide Web
z. B.:	zum Beispiel

Inhaltsverzeichnis

Teil I Enterprise Social Networks aus der Perspektive der Forschung

1 Enterprise Social Networks – Einführung in die Thematik und Ableitung relevanter Forschungsfelder	3
Alexander Rossmann und Gerald Stei	
2 Enterprise Collaboration Software – Eine empirische Studie zum Einsatz von Kollaborationsplattformen	25
Sebastian Sprenger	
3 Auf dem Weg zur vernetzten Organisation	41
David Wagner, Jan-Mathis Schnurr, Susanne Enke und Ben Ellermann	
4 Governancemodelle für Enterprise Social Networks	61
Alexander Rossmann, Gerald Stei und Winfried Ebner	
5 Augmented Reality Smart Glasses and Knowledge Management: A Conceptual Framework for Enterprise Social Networks	83
Daniel W. E. Hein und Philipp A. Rauschnabel	

**Teil II Enterprise Social Networks in der Praxis – Leitlinien und
Empfehlungen für die Implementierung und Nutzung**

6 Erfolgreiche Praktiken zur Einführung von Enterprise Social Networks	113
Martina Göhring und Joachim Niemeier	
7 Datensicherheit in Enterprise Social Networks	131
Katrin Beuthner	

8 Rechtliche Implikationen und Handlungsempfehlungen für Enterprise Social Networks	143
Carsten Ulbricht	
9 Bewertung des ökonomischen Nutzens eines Enterprise Social Networks: Return on Digital (RoD)	155
Volker Steinhübel und Sebastian Reek	
10 Enterprise Social Networks im Mittelstand	177
Markus Besch	
11 Die interne Seite einer digitalen Transformation	185
Peter Schütt	
Teil III Praxisbeispiele zum Einsatz von Enterprise Social Networks	
12 Einführung einer internen sozialen Kollaborationsplattform bei Volkswagen	205
Christina-Dorothea Schlichting	
13 Die „TSN Guides“-Initiative	219
Winfried Ebner, Keltoum Strunck-Zair und Romina Seidel	
14 Lessons Learnt beim Relaunch von Connections@Bayer	233
Thomas Helfrich und Gerald Stei	
15 Enterprise Social Networks (ESN): Keimzelle agiler Unternehmen	247
Rüdiger Schönbohm	
Teil IV Unternehmensprofile von ESN-Software-Anbietern	
16 Unternehmensprofile von ESN-Software-Anbietern	279
Markus Besch	
Sachverzeichnis	311

Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1	Relevante Dimensionen des TTF-Modells	30
Abb. 2.2	Verhältnis von Nicht-ECS Nutzern zu ECS Nutzern	31
Abb. 3.1	Anspruchsgruppen im Social Media Ökosystem, basierend auf Larson und Watson (2011)	46
Abb. 4.1	Technology Acceptance Model	65
Abb. 4.2	Quantitative Ergebnisse der Literaturanalyse, TAM zwischen 1989 und 2014	66
Abb. 4.3	Strategien für die Governance von ESN	71
Abb. 4.4	Konzeptionelles Modell für die Governance von ESN	76
Fig. 5.1	Value creation with smart glasses	87
Fig. 5.2	Hierarchical model of smart glasses adoption	91
Abb. 6.1	Die Top 10 Treiber und ihr Realisierungsdruck für Enterprise Social Networks	116
Abb. 6.2	Bewertung von Dringlichkeit und Realisierungschance von Treibern im Unternehmen	118
Abb. 6.3	Ziele von Unternehmen für die Einführung von Enterprise Social Networks	119
Abb. 6.4	Zielentwicklung der Gruppe „Zusammenarbeit“	120
Abb. 6.5	Entscheidungsmatrix zur Priorisierung von Zielen auf der Basis von Treibern	121
Abb. 6.6	Kraftfeldmatrix zur Analyse und Darstellung von Erfolgsfaktoren und Risiken	122
Abb. 6.7	Erfolgsfaktoren für die Einführung von Enterprise Social Networks ...	123
Abb. 6.8	Risiken bei der Einführung von Enterprise Social Networks	124

Abb. 6.9	Misserfolgsk Faktoren bzw. Risiken, die die Einföhrung von ESN zum Scheitern bringen können	125
Abb. 6.10	Maßnahmen zur Herstellung von Akzeptanz bei Veränderungen	126
Abb. 6.11	Misserfolgsrisiken, die durch Change Management Maßnahmen zu verhindern sind	127
Abb. 7.1	Die einfachste Form eines DMZ-Aufbaus mit einstufigem Firewall-Konzept	138
Abb. 9.1	Cost-Impact-Performance-Modell	168
Abb. 9.2	Wirkungsmodell ESN	170
Abb. 9.3	Berechnung der immateriellen Leistungsfähigkeit	171
Abb. 9.4	Berechnung der strategischen Wichtigkeit	171
Abb. 9.5	Berechnung der nachhaltigen Relevanz	172
Abb. 9.6	Berechnung der operativen Kosten je Kapitalart	172
Abb. 9.7	Berechnung des strategischen ESN-Potenzials	173
Abb. 9.8	Operative Wirkung	173
Abb. 11.1	Schütt's 3 D-KM Modell für erfolgreiche Transformationsprojekte	188
Abb. 11.2	Beispiel einer Antwort von IBM Watson Support in IBM Connections	200
Abb. 12.1	Internationale Projektarbeit – Garage, etc.	210
Abb. 12.2	Pitching Days	211
Abb. 12.3	Group IT Newsletter	211
Abb. 12.4	Group IT Leadership	212
Abb. 12.5	Ergonomiegruppe	213
Abb. 12.6	Offene Frage – Plaza	213
Abb. 12.7	Auto Uni	214
Abb. 12.8	Mitarbeiter-Vollversammlung	214
Abb. 13.1	Programmüberblick Social Media Business	221
Abb. 13.2	Ganzheitlicher Ansatz, um „Anders Arbeiten – Kunden begeistern“ umzusetzen	222
Abb. 13.3	Elemente von „Anders Arbeiten“	223
Abb. 13.4	Module des TSN Lernen Angebots	223
Abb. 13.5	Werde TSN-Guide	227
Abb. 13.6	Praktische Hilfsmittel zum „Anders Arbeiten“	228
Abb. 13.7	Teambild der TSN Guides beim Netzwerktreffen Ende Oktober 2015	230
Abb. 14.1	Strategie für die Social Platform bei Bayer	237
Abb. 14.2	Features der neuen Connections@Bayer Software	239

Abb. 14.3	Von Vorteilen zu Kernnachrichten	240
Abb. 14.4	Testimonials für den Relaunch von Connections@Bayer	241
Abb. 14.5	Eindrücke von den Profile Days der Bayer AG	241
Abb. 15.1	Vision des vernetzten Unternehmens	254
Abb. 15.2	Social Business Prinzipien @ Bosch	255
Abb. 15.3	Interne und externe Anwendungsfelder von E2.0 (Bosch)	256
Abb. 15.4	Social Business Atlas – Bosch Connect	257
Abb. 15.5	Experience City – Bosch Connect	258
Abb. 15.6	Lern- und Validierungszyklus in der E2.0-Konzeptarbeit	260
Abb. 15.7	Strategische E2.0-Rollen in den Geschäftseinheiten während der Adoptionsphase	261
Abb. 15.8	Reverse Mentoring bei Bosch (2013)	262
Abb. 15.9	7-Step Model (Bosch)	263
Abb. 15.10	Reifegrad-Stufen in operativen Geschäftseinheiten	265
Abb. 15.11	Bezug zwischen quantitativen Ergebnissen und E2.0-Fähigkeiten ...	265
Abb. 15.12	Reifegrad verschiedener Geschäftseinheiten (2014)	266
Abb. 15.13	Social Business-Strategieprozess in den Geschäftseinheiten (Bosch 2014)	270
Abb. 15.14	Typische Anwendungsfelder von Social Business	271
Abb. 16.1	Vmoso Screens. (Broadvision)	281
Abb. 16.2	Functionality Matrix. (Broadvision)	282
Abb. 16.3	Zu Collaboration anregen. (IBM)	283
Abb. 16.4	The workspace just for you – on IBM Cloud. (IBM)	284
Abb. 16.5	Yammer Startseite	286
Abb. 16.6	Teamarbeit. (Microsoft)	287
Abb. 16.7	tixxt Screenshot. (mixxt)	289
Abb. 16.8	Intrex Sharepiellayout. (United Planet)	293
Abb. 16.9	Intrex Share-Gruppen. (United Planet)	293
Abb. 16.10	Intrex Share Beispiel der KJF Augsburg. (United Planet)	294
Abb. 16.11	Integrierte Social Networks bei Zyncro	296

Liste der Tabellen

Tab. 2.1	Typen von ESS Anwendungen, in Anlehnung an BITKOM (2013) und Crafton (2013)	28
Tab. 2.2	Klassifikation der Unternehmensgrößen und Verteilung im Studiensample	32
Tab. 2.3	Mittelwerte und Mittelwertunterschiede zwischen den Vergleichsgruppen	33
Tab. 2.4	Mittelwertvergleich der Performance-Variable durch Levene-Test und T-Test	35
Tab. 3.1	Demografische Daten aller Befragten	50
Tab. 3.2	Organisationsdetails aller Befragten	52
Tab. 3.3	Demografische Daten der internen Community Manager	53
Tab. 3.4	Organisationsdetails für internes Community-Management	54
Tab. 10.1	KMU-Schwellenwerte der EU seit 01.01.2005	178
Tab. 16.1	Tabellarische Studienergebnisse der Befragung von ESN-Plattformanbietern 08/2015	297

Teil I

**Enterprise Social Networks aus der
Perspektive der Forschung**

Enterprise Social Networks – Einführung in die Thematik und Ableitung relevanter Forschungsfelder

1

Alexander Rossmann und Gerald Stei

Inhaltsverzeichnis

1.1	Einleitung	4
1.2	Analyse der Literatur	7
1.2.1	ESN-Literaturübersichten	7
1.2.2	Literaturanalyse	9
1.3	Identifikation von Forschungsfeldern	10
1.3.1	Nutzerverhalten	11
1.3.2	Effekte des Einsatzes von ESN	12
1.3.3	Management, Leadership und Governance für ESN	13
1.3.4	Wertbestimmung und Erfolgsmessung in ESN	14
1.3.5	Kulturelle Auswirkungen	15
1.3.6	Architektur und Design von ESN	16
1.3.7	Theorien, Forschungsdesigns und Methoden	17
1.3.8	Weitere Herausforderungen in Bezug auf ESN	18
1.4	Schlussfolgerung	18
	Literatur	19

Zusammenfassung

Die Relevanz von Enterprise Social Networks (ESN) für den Arbeitsalltag in Wissensorganisationen steigt. Diese Netzwerke unterstützen die Kommunikation, Zusammenarbeit und das Wissensmanagement in Unternehmen. Der vorliegende Beitrag beinhaltet eine Einführung in das Themengebiet ESN und skizziert Einsatzmöglichkeiten, Potenziale und Herausforderungen. Er gibt einen Überblick zu wesentlichen Fachartikeln,

A. Rossmann (✉) · G. Stei
Hochschule Reutlingen, Reutlingen Deutschland
E-Mail: Alexander.Rossmann@reutlingen-university.de

die eine Übersicht zu Forschungsarbeiten im Bereich ESN beinhalten. Anschließend werden einzelne Forschungsbeiträge analysiert und weitere Forschungspotenziale abgeleitet. Dies führt zu acht Erfolg versprechenden Bereichen für die weitere Forschung: 1) Nutzerverhalten, 2) Effekte des Einsatzes von ESN, 3) Management, Leadership und Governance für ESN, 4) Wertbestimmung und Erfolgsmessung, 5) kulturelle Auswirkungen, 6) Architektur und Design von ESN, 7) Theorien, Forschungsdesigns und Methoden, sowie 8) weitere Herausforderungen in Bezug auf ESN. Der Beitrag charakterisiert diese Bereiche und formuliert exemplarisch offene Fragestellungen für die zukünftige Forschung.

Schlüsselwörter

Web 2.0 · Enterprise 2.0 · Einführungsphase · Social Networking Sites · Social Software · Intranet Social Software · Enterprise Social Networking · Enterprise Social Platform · Enterprise Social Networking Site · Nutzerverhalten · Teams · Effekte · Social Connectedness · Management · Governance · Leadership · Adoption · Wertbeitrag · Unternehmenskultur · Architektur · Design · Theorien · Methoden · Forschungsdesigns · Herausforderungen

1.1 Einleitung

Die rasche Verbreitung von Web 2.0-Technologien erlaubt es den Nutzern, eine wesentliche Rolle bei der Content-Erstellung auf Internetplattformen zu spielen. Eine grundlegende Eigenschaft dieser Technologien besteht in der Möglichkeit, Informationen zu schaffen und über internetbasierte Plattformen auszutauschen (Antonius et al. 2014). Diese Web 2.0-Technologien werden auch als Social Media bezeichnet und bilden das Fundament für eine intensive Diskussion von Chancen und Risiken in Forschung und Praxis (Altamimi 2013). Social Media umfasst eine Vielzahl an Technologien und Funktionalitäten, wie etwa Blogs, Wikis, Podcasts, virtuelle Welten und soziale Netzwerke (Cooke und Buckley 2008; Schmidt und Bannon 2013).

Der damit verbundene Wandel bietet eine Reihe von Vorteilen, die nicht nur für Privatanutzer, sondern auch für Unternehmen interessant sind (Mukkamala und Razmerita 2014). Organisationen führen Web 2.0-Werkzeuge für die interne Anwendung ein, etwa um es den Mitarbeitern zu ermöglichen, Informationen zu teilen und die Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern zu unterstützen (Altamimi 2013). Eine Gruppe dieser Werkzeuge, die im organisationalen Kontext besondere Aufmerksamkeit erlangt hat, wird als Enterprise Social Networks (ESN) bezeichnet. ESN werden heute mit dem Ziel eingesetzt, sowohl die organisationale Effektivität wie auch die Effizienz zu verbessern (Hatzi et al. 2014).

Das Beratungsunternehmen Altimeter definiert ESN als ein „[...] Bündel von Technologien, die einen Geschäftswert erzeugen, indem sie die Mitglieder einer Organisation durch die Bereitstellung von Profilinformationen, Updates und Benachrichtigungen

vernetzen“ (Li et al. 2012a, S. 3). Die Bezeichnungen ESN und Enterprise 2.0 werden häufig synonym verwendet. Andrew McAfee (2006) gilt als Begründer des Begriffs Enterprise 2.0, den er heranzog, um die Nutzung von Social Software-Plattformen in Unternehmen zu beschreiben. Der Betrieb von Enterprise 2.0-Plattformen erlaubt es den Mitgliedern einer Organisation, virtuelle Verbindungen zu ihren Kollegen zu knüpfen (Li et al. 2012b). Die Mitarbeiter können ESN nutzen, um miteinander zu interagieren, online zusammenzuarbeiten und webbasierte Inhalte zu bearbeiten (Denyer et al. 2011; Steinhueser et al. 2011). Derartige Technologien werden insbesondere in der Wissensarbeit angewandt, um den Austausch von Informationen zwischen den Mitgliedern einer Organisation zu unterstützen und um einen Wissensspeicher in Unternehmen zu schaffen (Mukkamala und Razmerita 2014). Je mehr Teilnehmer die Plattformen nutzen, desto höher sind die Vorteile der Nutzung, der Interaktion und der Kombination von Daten aus unterschiedlichen Quellen. Diese Netzwerkeffekte werden auch als „Architektur der Partizipation“ bezeichnet (Altamimi 2013).

ESN-Lösungen wie IBM Connections, Jive, Microsoft Sharepoint oder Yammer (Kuegler et al. 2013; Richter und Riemer 2013b) sollen die Erreichung von Geschäftszielen unterstützen (Antonius et al. 2014). In Forschung und Praxis werden verschiedene Gründe für die Nutzung von ESN beschrieben.

Der erstgenannte Ziel, Zusammenarbeit, bezieht sich auf die Entstehung neuer Organisationsformen und Arbeitsarrangements (Jarle Gressgård 2011). ESN unterstützen die kollaborative Zusammenarbeit in Organisation durch Funktionen, die von der gemeinsamen Dokumentenbearbeitung und -teilung (Hatzi et al. 2014; Williams und Schubert 2011) bis hin zur Erschaffung umfangreicher kollaborativer Arbeitsumgebungen reichen (Schmidt und Bannon 2013). Von solchen Unternehmensnetzwerken wird erwartet, die Zusammenarbeit selbst über hierarchische Strukturen hinweg zu verbessern (Awolusi 2012).

In der Verbesserung der Kommunikation liegt ein weiteres Ziel der ESN-Nutzung. Bedingt durch die technologische Entwicklung ändert sich die Kommunikation in Unternehmen spürbar (Jarle Gressgård 2011). ESN erlauben es den Nutzern, über räumliche und zeitliche Distanz hinweg miteinander zu kommunizieren und Konversationen über das Unternehmensnetz zu führen (Altamimi 2013). Dies kann die Kommunikation zwischen verschiedenen organisationalen Einheiten und Ebenen betreffen und Implikationen für die vorhandene Hierarchie erzeugen (Berger et al. 2014a).

Ein weiteres Ziel von ESN bezieht sich auf den Bereich Wissensmanagement: ESN unterstützen die effiziente Verteilung von Wissen in Organisationen (Hatzi et al. 2014), in dem sie eine geeignete Architektur bereitstellen, die einen einfachen Austausch von Informationen zwischen den Mitarbeitern ermöglicht (Berger et al. 2014a; Williams und Schubert 2011). Nicht nur Wissen selbst, sondern auch Expertise im Sinne von spezialisierten Wissensressourcen kann dabei von den Nutzern weitergegeben werden (Ackerman et al. 2013).

Zudem können sich über ESN soziale Interaktionen zwischen den Nutzern etablieren. Der informelle Austausch kann zu einem verbesserten Informationsfluss in Unternehmen

führen und dabei helfen, arbeitsbezogene Problemstellungen leichter zu lösen (Hatzl et al. 2014).

Weitere relevante Bereiche der ESN-Nutzung beziehen sich auf das Auffinden von Experten, auf die Unterstützung der Entscheidungsfindung und auf das Erschaffen von neuen Kommunikationskanälen in Unternehmen (Williams und Schubert 2011).

Obwohl ESN in der Praxis weitreichend Anwendung finden (Denyer et al. 2011) und ihnen das Potenzial zugesprochen wird, die Arbeitspraxis in Unternehmen zu verändern (Spangler et al. 2014), bleibt festzuhalten, dass sich die erhofften Erfolge häufig nicht einstellen. Der Nutzungsgrad von ESN bleibt in der Praxis oftmals hinter den Erwartungen zurück und die Beteiligung der Mitarbeiter ist gering (Kuegler et al. 2013). Dies führt dazu, dass die Netzwerke ihr theoretisches Potenzial nicht voll entfalten können. Damit stellen sich die erhofften Netzwerkeffekte nicht ein und die Erwartungen an die Systeme werden nicht erreicht (Jeon et al. 2011). Dies legt die Frage nahe, ob und ggf. unter welchen Voraussetzungen eine Investition in ESN sinnvoll ist (Schubert und Williams 2011). Die Marktforscher von Gartner schätzen, dass 80 % der ESN-bezogenen Anstrengungen nicht zu den erhofften Effekten führen. Als wesentliche Ursachen werden „inadäquate Führung und eine Überbetonung der technologischen Aspekte“ von ESN genannt (van der Meulen und Rivera 2013).

Somit bleibt die Frage offen, welche organisationalen Aktivitäten hilfreich sind, um ESN zum Erfolg zu führen. Dabei werden in Theorie und Praxis unterschiedliche Faktoren genannt. Die Ausgestaltung der Einführungsphase ist besonders wichtig, um eine erfolgreiche Adoption der Netzwerke zu stimulieren (Kuegler et al. 2013). Auch nach der technischen Einführung des ESN besteht für Unternehmen die Notwendigkeit, diese Systeme aktiv zu unterstützen, da deren Zielsetzung mit den bestehenden organisationalen Realität kollidieren kann (Denyer et al. 2011). Jenseits der technologischen Aspekte müssen weitere potenzielle Herausforderungen berücksichtigt werden. Zu nennen ist hier etwa das Wechselspiel mit der Organisationskultur (Antonius et al. 2014).

Derartige Fragestellungen stehen im Fokus diverser wissenschaftlicher Beiträge über ESN. Aufgrund der Vielzahl von Forschungsarbeiten ist es erforderlich, den aktuellen Stand der Forschung zu evaluieren. Dies bietet einen Überblick zu bereits behandelten Themenstellungen und weist darauf hin, welche Fragestellungen noch nicht abschließend beantwortet wurden. Aus diesem Grund bezieht sich der vorliegende Beitrag auf die folgenden Fragestellungen:

Welche weiteren Forschungsfragen lassen sich auf Basis der vorliegenden Beiträge zu Enterprise Social Networks ableiten?

Wie lassen sich die abgeleiteten Forschungsfragen zu relevanten Themenbereichen für die weitere Forschung zur Enterprise Social Networks integrieren?

Der Beitrag gliedert sich folgendermaßen: Zunächst werden bereits publizierte Literaturanalysen zu ESN dargestellt und zusammengefasst. Auf dieser Grundlage erfolgt eine ausführliche Literaturanalyse. Diese umfasst die Artikel seit 2013 und zielt darauf ab, relevante Fragen für die weitere Forschung zu ESN identifizieren. Schließlich werden diese Fragen zu Themenbereichen der zukünftigen Forschung aggregiert.

1.2 Analyse der Literatur

Der vorliegende Beitrag soll die theoretische Erschließung des Forschungsgebietes ESN unterstützen. Ein Blick in die Literatur zeigt, dass eine Vielzahl an Forschungsarbeiten über ESN vorhanden ist, unter anderem in der Form von Literaturübersichten. Diese sollen genauer betrachtet und auf die Frage hin analysiert werden, welche Implikationen für die zukünftige Forschung in diesen Beiträgen beschrieben werden. Anschließend wird das methodische Vorgehen bei der eigenen, ergänzenden Literaturanalyse vorgestellt.

1.2.1 ESN-Literaturübersichten

Der vorliegende Beitrag betrachtet sechs exemplarische Beiträge in wissenschaftlichen Journalen, die eine Literaturübersicht zum Thema ESN beinhalten. Dabei steht die Frage im Mittelpunkt, welche Kernfragen für die zukünftige Forschung in diesen Aufsätzen genannt werden. Daher werden nachfolgend die Forschungsarbeiten von Boyd und Ellison (2007), Richter und Bullinger (2010), Altamimi (2013), Williams et al. (2013), Berger et al. (2014a) und Meske et al. (2014) skizziert.

Bereits 2007 beschreiben Boyd und Ellison die Funktionen von Social Networking Sites (SNS) und liefern eine umfassende Definition. Sie definieren SNS als „[...] web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site“ (Boyd und Ellison 2007, S. 212). Wie die Definition andeutet, fokussieren sich die beiden Autorinnen nicht explizit auf soziale Netzwerke in Unternehmen. Stattdessen beschreiben sie die historische Entwicklung von SNS, insbesondere für den privaten Anwendungskontext. Dabei werden v. a. Netzwerke wie Friendster, MySpace, etc. analysiert. In Bezug auf zukünftige Forschungsfragen halten die Autorinnen fest, dass in der Literatur ein Mangel an Kausalassagen vorherrscht. Als Grund wird das Fehlen von Experimental- und Longitudinalstudien angeführt. Zudem stellen die Autoren fest, dass in Wissenschaft und Praxis nur ein limitiertes Verständnis dafür vorliegt, wer SNS nutzt bzw. nicht nutzt, und warum und zu welchem Zweck dies geschieht, bzw. nicht geschieht. Aus diesem Grund skizziert der Beitrag einen Forschungsbedarf für die Durchführung von großangelegten quantitativen und qualitativen Forschungsinitiativen in den Bereichen Nutzeranalyse und Kausalmodellierung (Boyd und Ellison 2007, S. 223).

Im Jahr 2010 fassen Richter und Bullinger in ihrem Aufsatz den Stand der Forschung zum Thema Enterprise Social Networks zusammen und identifizieren sechs Metathemata, die als Grundlage für zukünftige Forschung dienen soll. Als Grundlage wird eine Aufarbeitung der Literatur zum Themengebiet „Enterprise 2.0“ vorgenommen. Bei ihrer Analyse beschränken sich die Autoren auf den deutschsprachigen Raum. Anschließend werden im Rahmen eines eintägigen Expertenworkshops mit 19 Teilnehmern aus Wissenschaft und Praxis sechs Themen erarbeitet. Die sechs Themenbereiche, die sich für weitere Forschung

eignen sind: „Zielsetzung & Definition“, „Enterprise 2.0 in der Organisation“, „Funktionalitäten“, „Motivation“, „Nutzung“ und „Daten“ (Richter und Bullinger 2010). Dabei wird die Verbindung verschiedener Metathemata als relevant für die Forschung genannt.

Der jordanische Wissenschaftler Loay Altamimi analysiert 2013 in einer lexikalischen Untersuchung die wissenschaftliche Fachliteratur zu Social Software. Dabei verfolgt er das Ziel, systematisch die Evolution der Literatur seit der Entstehung von Social Software- und Web 2.0-Technologien darzustellen. Er fokussiert sich explizit auf die Anwendung im organisationalen Kontext. Obwohl der Schwerpunkt auf die Aufarbeitung der historischen Entwicklung dieser Technologien liegt, liefert der Beitrag Ansatzpunkte für die zukünftige Forschung: So sollten Vor- und Nachteile von Social Software in organisationalen Szenarien betrachtet, die Effekte und Erfolge von Web 2.0-Systeme bestimmt, sowie damit entstehende Problemstellungen analysiert werden. Ferner sind weiterführende Literaturanalysen mit innovativen Ansätzen, wie etwa der Content-Analyse, erforderlich (Altamimi 2013).

Ebenfalls 2013 untersuchten Williams et al. die Übereinstimmung der in vorliegenden wissenschaftlichen Beiträgen analysierten Forschungsfragen mit dem Erkenntnisinteresse der Unternehmenspraxis. Die Autoren identifizieren in ihrer Analyse fünf ESN-spezifische Themenbereiche, denen bereits publizierte Fachbeiträge zugeordnet werden. Dabei geht es um die Bereiche „Overview“, „Adoption“, „Use“, „Impact“ und „Other“. Die Studie zeigt, dass sich in den ersten Jahren der ESN-Forschung eine inhaltliche Forschungsströmung entwickelte, in der allgemein ein Überblick zu ESN erarbeitet sowie die Adoption und Nutzung der Systeme beschrieben wurde. Jedoch zeigt die Analyse von Williams et al. (2013), dass sich die gesammelten Anforderungen der Unternehmenspraxis eher auf Informationsmanagement und Compliance-Herausforderungen, die Identifikation und die Messung der Vorteile von ESN sowie auf die Integration von ESN in organisationale Geschäftsprozesse und Geschäftssoftware beziehen. Aus diesem Grund wird von den Autoren eine zweite Forschungsströmung gefordert, die stärker die Bedürfnisse der Praxis fokussiert. Darüber hinaus wird die Bearbeitung bislang noch nicht aufgearbeiteter Themengebiete, wie etwa Governance, Risiko und Compliance, Integration und Informations-/Content-Management empfohlen (Williams et al. 2013).

In der Literaturübersicht von Berger et al. (2014a) erfolgt eine strukturierte Aufarbeitung von Forschungsaufsätzen im Themenbereich Information Systems. Dabei werden soziale Netzwerke betrachtet (Online Social Networks – OSN), jedoch nicht explizit im Unternehmenskontext. Berger et al. (2014a) analysieren auf dieser Grundlage relevante Forschungslücken und schlagen exemplarische Forschungsfragen für Online- und Offline-Netzwerke in folgenden Themengebieten vor: „Charakteristika von OSN“, „Nutzerverhalten und OSN“, „Datensicherheit und OSN“ und „Design von OSN“ (2014a). Ein weiteres identifiziertes Forschungsthema, „OSN in Organisationen und Gesellschaft“ ist im ESN-Kontext speziell relevant. Dabei spezifizieren die Autoren in diesem Thema drei exemplarische Forschungsbereiche:

- Definition des Wertes von OSN für Organisationen: Berger et al. (2014) stellen fest, dass die organisationale Nutzung von diesen Plattformen noch nicht im Detail untersucht wurde und schlagen daher diese als Gegenstand zukünftiger Forschung vor.

- Analyse der Herausforderungen für Organisationen: Die Nutzung der Sozialen Netzwerke kann für Unternehmen sowohl Chancen eröffnen, wie auch Schwierigkeiten bedeuten. Herausforderungen können sich auf die Sicherung des Datenschutzes, die Messung von Datenqualität oder die Analyse von großen Datenmengen („Social Business Intelligence“) beziehen.
- Bestimmung des Einflusses formaler Hierarchien auf die Nutzung von internen OSN: In der Literatur finden sich Hinweise darauf, dass die in Organisationen vorherrschende Hierarchie einen Einfluss auf informelle soziale Beziehungen hat und die Anzahl potenzieller Netzwerkstrukturen begrenzt. In der Literatur sind größtenteils noch keine Untersuchungen darüber erfolgt, ob und wie formale Hierarchien die Kommunikation und das Netzwerken in OSN beeinflusst. Die Autoren schlagen daher Untersuchungen vor, die den aktuellen Forschungsstand erweitern (Berger et al. 2014a).

Der letzte an dieser Stelle analysierte Beitrag stammt von Meske et al. (2014). Die Autoren blicken auf die bislang durchgeführte Diskussion zum Thema „Wert von Corporate Social Media“ zurück und beschreiben den aktuellen Stand der Forschung zu diesem Thema. Der Artikel bezieht sich auf den intraorganisationalen Einsatz von Social Media bzw. auf sogenannte Intranet Social Software (ISS) (Meske et al. 2014). Die Autoren untersuchen die Literatur zur Mehrwertmessung von ISS in der Domäne der Wirtschaftsinformatik, mit dem Ziel, den Wissensbestand zu extrahieren und systematisch zu erfassen. Dabei zeigt sich, dass die ersten Jahre der Forschung von einer qualitativen Erfassung der Mehrwerte geprägt waren, zunächst durch theoretische Überlegungen, später in Form von Fallstudien. Zwischenzeitlich hat sich das Forschungsfeld jedoch stärker in Richtung einer quantitativen Erfolgsforschung orientiert (Meske et al. 2014). Ableitungen zu weiteren Forschungsfragen werden in dem Artikel nicht vorgenommen.

In den aufgeführten Beiträgen liegt der Fokus der Literaturübersichten auf unterschiedlichen Aspekten von ESN. Betrachtet werden in diesen die Geschichte von SNS (Boyd und Ellison 2007), eine Forschungsagenda für den deutschsprachigen Raum auf Basis einer Literaturrecherche und eines Expertenworkshops (Richter und Bullinger 2010), die Evolution der Literatur zu Social Software (Altamimi 2013), der Grad der Übereinstimmung wissenschaftlicher Beiträge zu Enterprise 2.0 mit den Problemstellungen der Praxis (Williams et al. 2013), offene Forschungsfragen zu OSN (Berger et al. 2014a) und der Wert von Corporate Social Media (Meske et al. 2014). Der vorliegende Beitrag soll diese Arbeiten ergänzen, indem er eine systematische Darstellung der in der ESN-Fachliteratur genannten Forschungspotenziale aus einer Vielzahl von Fachartikeln vornimmt.

1.2.2 Literaturanalyse

Dieser Beitrag soll der Theorie und Praxis eine Orientierung in Bezug auf relevante Forschungsfragen bei ESN bieten. Dafür erfolgt eine Literaturanalyse mit anschließender Darstellung der noch nicht hinreichend untersuchten Fragestellungen der Forschung zu

ESN. Es werden aktuelle Beiträge aus wissenschaftlichen Journalen analysiert und mit Hinblick auf ihre Implikationen für die weitere Forschung zu Themenfeldern gruppiert.

Somit unterscheidet sich der vorliegende Beitrag von den oben genannten Literaturanalysen in Bezug auf verschiedene Aspekte. Zunächst richtet sich die hier vorliegende Literaturanalyse ausschließlich auf Artikel mit expliziter Ausrichtung auf ESN, wohingegen in den analysierten Literaturübersichten teilweise auch Anwendungen für den nichtorganisationsalen Einsatzbereich betrachtet werden. Weiterhin liegt das Ziel in einer Identifikation und detaillierten Ausarbeitung der Forschungslücken, die in der Literatur genannt werden, ohne Fokus auf einen bestimmten Kulturraum. Zudem werden, um eine besonderes Augenmerk auf aktuell relevante Fragestellungen zu legen, nur Beiträge im Zeitraum ab 2013 für die Analyse im vorliegenden Beitrag berücksichtigt.

Während der Literaturanalyse wurde für die Suche nach geeigneten Fachartikeln auf verschiedene wissenschaftliche Datenbanken zurückgegriffen. Die Analyse bezieht sich entsprechend auf folgende Kataloge: IEEE Xplore, EBSCOhost Business Source Complete und ScienceDirect. Die Suche nach relevanten Beiträgen setzte auf folgenden Schlüsselbegriffen (Keywords) auf: „Enterprise Social Networks“, „Enterprise Social Software“, „Enterprise 2.0“, „Enterprise Social Networking“, „Enterprise Social Platform“ und „Enterprise Social Networking Site“.

Die Treffer wurden wie folgt selektiert: Es wurden nur Beiträge aus wissenschaftlichen Journalen berücksichtigt. Zur Gewährleistung einer hohen Aktualität der Analyse fanden zudem ausschließlich Artikel der Jahre 2013 bis 2015 Berücksichtigung.

Da im vorliegenden Beitrag der Fokus auf ESN, im Sinne von integrierten Softwarelösungen liegt, wurden Artikel die ausschließlich einzelne Module von ESN beschreiben, wie etwa Corporate Microblogging, nicht analysiert. Ebenfalls nicht inkludiert wurden Artikel, die sich mit der Erfassung und Analyse von Beziehungen in Sozialen Netzwerke (Social Network Analysis) beschäftigten. Insgesamt fanden damit 85 Artikel Eingang in die vorliegende Analyse.

1.3 Identifikation von Forschungsfeldern

Im Rahmen der Literaturanalyse wurden offene Forschungsfragen mit Bezug zu ESN identifiziert. Dies basiert auf einem umfangreichen Kodierungsprozess, der sich zunächst auf die Abstracts und später auf einzelne Textteile der ausgewählten Beiträge hinsichtlich der dargestellten zukünftigen Forschungsfragen bezieht. In diesen Artikeln wurden die Implikationen für die Theorie gesammelt und in mehreren Iterationsschritten zu Themen verdichtet. Nach mehreren Iterationsstufen lassen sich damit acht Themengebiete differenzieren, die in der bisherigen Forschung als relevant angesehen werden. Diese Forschungsfelder beziehen sich auf 1) das Nutzerverhalten, 2) Effekte des Einsatzes von ESN, 3) Management, Leadership und Governance für ESN, 4) Wertbestimmung und Erfolgsmessung in ESN, 5) kulturelle Auswirkungen, 6) Architektur und Design von ESN,

7) Theorien, Forschungsdesigns und Methoden, sowie auf 8) weitere Herausforderungen in Bezug auf ESN. Diese Kerninhalte zu den einzelnen Forschungsfeldern werden nachfolgend charakterisiert.

1.3.1 Nutzerverhalten

In der Literatur besteht Konsens, dass ein besseres Verständnis über das Nutzerverhalten als zentraler Erfolgsfaktoren für den Betrieb von ESN zu betrachten ist. So weisen etwa Berger et al. (2014) auf die Bedeutung der Untersuchung des Nutzerverhaltens in Bezug auf soziale Netzwerke im Unternehmenskontext hin.

Der zentrale Forschungsgegenstand liegt hier im Grad der Systemnutzungsbereitschaft der Mitarbeiter/innen. Gerade in der Phase der Einführung von ESN ist es wichtig, eine umfangreiche Adoption neuer Technologien und Arbeitsweisen zu stimulieren. Daher liegt ein wesentlicher Forschungsbereich in der Untersuchung der Faktoren, die eine hinreichende Adoption von ESN unterstützen. Als Kernfrage kann hier betrachtet werden, aus welchen Motiven die Mitarbeiter/innen einer Organisation ESN nutzen bzw. nicht nutzen (Antonius et al. 2014). In diesem Zusammenhang könnten die motivationalen Faktoren, die zur Nutzung bzw. zur Ablehnung von ESN führen untersucht werden (Xiong et al. 2014). Zukünftige Forschungsarbeiten können den aktuellen Kenntnisstand erweitern, indem weitere Fallstudien untersucht oder die Motive der Nutzer durch standardisierte Befragungen evaluiert werden. Zudem bietet es sich an, die Wahrnehmung der ESN-Nutzung durch die Mitarbeiter genauer zu betrachten (Richter und Riemer 2013b). Es ist denkbar, das Nutzungsverhalten in Bezug auf unterschiedliche Altersgruppen oder Geschlechter zu beobachten, um Unterschiede in der Einstellung zu ESN bei verschiedenen Nutzergruppen auszuwerten (Cardon und Marshall 2015).

Weiterhin lassen sich relevante Kontextfaktoren analysieren, die einen Einfluss auf die Nutzung des ESN entfalten. Es existiert eine Vielzahl relevanter Faktoren, deren Einfluss noch nicht abschließend bestimmt ist (Kuegler et al. 2013). Chin et al. (2015) fordern beispielsweise die Identifizierung und/oder Validierung von technologischen, organisationalen, sozialen, individuellen und aufgabenbezogenen Faktoren, die die Nutzung von ESN beeinflussen. Ein möglicher Faktor mit hoher Relevanz ist das interpersonelle Vertrauen, das zwischen den (potenziellen) Nutzern eines Netzwerkes herrscht. Dieser und andere Kontextfaktoren bieten sich als Untersuchungsobjekt für die weitere Forschung an (Buettner 2015).

Ein Erkenntnisgewinn könnte auch in der Differenzierung der Nutzergruppen liegen. Durch die Bildung von heterogenen, in sich jedoch homogenen Nutzergruppen könnten unterschiedliche Ansätze für eine erfolgreiche Adoption von ESN evaluiert werden (Behrendt et al. 2014). Mit einer tiefergehenden Analyse der Bedürfnisse homogener Nutzergruppen lassen sich Erfolgsfaktoren identifizieren und adressieren, die gerade für die Einführungsphase von ESN von Bedeutung sind (Trimi und Galanxhi 2014).

Als ebenfalls aufschlussreich wird die Betrachtung der ESN-Nutzung durch Teams angesehen. Dabei lässt sich untersuchen, wie die Arbeit in Teams die Adoption von ESN

beeinflusst. Sofern Aufgaben vorliegen, die von Teammitgliedern gemeinsam bearbeitet werden müssen, scheint dieser Umstand die Adoption von ESN zu begünstigen. Im Vergleich dazu ist ein geringerer Grad an Adoption zu erwarten, wenn die Teamaufgaben in Teilaufgaben heruntergebrochen, diese von den Mitgliedern unabhängig voneinander bearbeitet und die Ergebnisse anschließend zusammengeführt werden können. Die Untersuchung dieser Thematik wird von Leonardi (2013) vorgeschlagen.

Bei ESN handelt es sich um variable Systeme, die eine Vielzahl von Nutzungsfällen abbilden. Aus diesem Grund müssen entsprechende Lösungen in der Lage sein, sich auf die Bedürfnisse unterschiedlicher Nutzer einzustellen. In diesem Zusammenhang ist die Frage interessant, ob und wie sich die Anforderungen der Nutzer im Zeitverlauf ändern. Die Durchführung von Längsschnittstudien könnte Aufschluss darüber geben, wie sich das Nutzungs- und Adoptionsverhalten in Bezug auf ESN im Zeitverlauf entwickelt (Wang et al. 2014).

Fulk und Yuan (2013) fordern die tiefer gehende Untersuchung der Unterschiede zwischen konventionellen Informations- und Kommunikationstechnologien und ESN – dabei kann auch die Frage beantwortet werden, inwieweit der parallele Einsatz verschiedenen ESN sinnvoll ist, um ähnliche oder unterschiedliche Bedürfnisse zu adressieren.

Ein spezieller Aspekt der Nutzung von ESN bezieht sich auf das Teilen von Wissen („Knowledge Sharing“). Dabei ist nach wie vor fraglich, welche Faktoren für den Wissensaustausch in ESN relevant sind. Beispielsweise kann die Nutzung von ESN in Bezug auf aufgabenbezogene vs. soziale Zwecke evaluiert werden (Ellison et al. 2015). Allgemein ist es sinnvoll zu analysieren, aus welchen Gründen Mitarbeiter ihr Wissen teilen (Leroy et al. 2013; Singh und Chandwani 2014). Schließlich liegt ein wesentlicher Forschungsbereich in der Identifikation der (de)motivierenden Faktoren, die einen entscheidenden Einfluss darauf haben, ob Wissen in ESN geteilt wird (Engler et al. 2015). Unter Berücksichtigung der spezifischen Vitalität eines ESN kann zudem die Diffusion der Informationen und des Wissens in Unternehmen näher untersucht werden (Viol und Durst 2014). Es ist wünschenswert, die Potenziale von ESN in Bezug auf die organisationale Wissensentstehung und auf den Wissensfluss in Unternehmen zu untersuchen (Fulk und Yuan 2013).

1.3.2 Effekte des Einsatzes von ESN

Ein weiteres Forschungsfeld, dessen Relevanz in der Literatur als hoch eingeschätzt wird, bezieht sich auf die Effekte von ESN in Unternehmen. Dazu ist eine weitere Forschung etwa in Form von Fallstudien erforderlich, um die Effekte von ESN holistisch beschreiben zu können (Cardon und Marshall 2015). Zur Gewährleistung von Kausalmodellen mit hoher Praxisrelevanz, sind die Effekte des Einsatzes von ESN in der empirischen Praxis zu beschreiben (Altamimi 2013). Dabei ist beispielhaft davon auszugehen, dass ESN die Arbeitsprozesse in Organisationen beeinflussen. Dabei kann durch empirische Untersuchungen bestimmt werden, welche Kausaleffekte unter welchen Bedingungen tatsächlich vorliegen (Suh und Bock 2015).