

Denise Döring

Herausforderungen bei der Einführung von Social Business

Nach den Erfolgen des Web 2.0 haben Unternehmen ein hohes Interesse, diese Technologien und Prinzipien zu ihrem Vorteil zu nutzen. Der Einsatz von Web-2.0-Prinzipien und -Anwendungen ist im Unternehmenskontext jedoch noch nicht ausgereift und vielen Wissensmanagement-Ansätzen fehlt eine unkomplizierte Möglichkeit zur Partizipation. Aus diesem Grund versuchen Firmen, Social-Software-Ansätze auf ihr firmeninternes Netzwerk zu übertragen. Die Nutzung von Social-Software-Plattformen wird dabei als Social Business bezeichnet, das als Methode zur Verbesserung der Kommunikation, Zusammenarbeit und Koordination im Unternehmen beiträgt. Um die Potenziale von Social Business voll auszuschöpfen, müssen jedoch bestimmte Herausforderungen bewältigt werden.



© fotolia

→ Kulturwandel: Eine neue Art des Denkens

Entscheidend für den Erfolg von Web-2.0-Komponenten im Unternehmen ist eine neue Art des Denkens, welche mit Veränderungen der Unternehmenskultur einhergehen muss. Durch Eigenschaften wie Offenheit, nutzergenerierte Inhalte, Emergenz, Partizipationskultur und Enthierarchisierung wird eine völlig neue Art der Zusammenarbeit geschaffen, die mit der Anpassung bisheriger Unternehmensprozesse einhergehen sollte. Hierbei ist die Einbindung von Mitarbeitern von zentraler Bedeutung, denn hier liegt beim Einsatz von Web-2.0-Anwendungen eine wichtige Quelle der Innovation, da sie den Prozess täglich ausführen. Der Kulturwandel muss Freiheiten bieten und Beiträge fördern, um das in der Prozessdurchführung erworbene Wissen festzuhalten und eine permanente Weiterentwicklung der Geschäftsprozesse zu ermöglichen.

Das Bewusstsein dafür zu schaffen, dass sich die Kommunikation und Zusam-

menarbeit verändert hat, ist ein langwieriger Prozess. Daher sollten Führungskräfte den Change-Prozess initiieren und durch das eigene Handeln und die eigene Begeisterung fördern. Mitarbeiter können zudem durch Anreizsysteme sowie der Verdeutlichung der Mehrwerte zur Nutzung motiviert werden.

→ Einfache Nutzung als wichtigste Voraussetzung

Entscheidend beim Social Business ist, dass die vorhandenen Unternehmensinformationen in einer Plattform integriert werden, um die Nutzung im Alltag zu erleichtern und zusätzliche Wissenssilos zu verhindern. Hier bietet beispielsweise Microsoft SharePoint in Kombination mit Yammer eine ideale Plattform, da grundlegende Elemente wie Profile, Newsfeeds, Austausch von Informationen, Workflows, Wikis, Communities sowie Chat inbegriffen sind.

Welche konkreten Schritte zur Einführung von Social Business notwendig sind, sollte in jedem Fall von Experten, etwa

der CONET Solutions GmbH, begleitet werden. Denn neben einer klaren Anforderungsanalyse, bilden das Verständnis von Social Business sowie die damit einhergehenden Nutzungsszenarien zentrale Voraussetzungen zur Einführung.

→ Die Autorin



Denise Döring ist als Technology Consultant bei der CONET Solutions GmbH tätig. Im Rahmen ihrer Projekte realisierte sie Intranet-Lösungen, Mobile Solutions und Kollaborationsanwendungen sowie ECM-Lösungen auf SharePoint-Basis.

✉ doering@wissensmanagement.net