

Bianca Gade

Die wichtigsten Faktoren für die digitale Transformation

Wie an so vielen Wochenenden im Jahr sitze ich in einer Konferenz. Nein, nicht so eine, wie Sie vielleicht kennen. Diese Konferenz hat etwas Besonderes, denn ich bin hier, ohne dass die Organisatoren vorher eine Agenda festgelegt haben. Rund 150 weitere Teilnehmer tun es mir gleich und viele davon sind vorbereitet: mit ihrer eigenen Präsentation, um die anderen an ihrem Wissen teilhaben zu lassen. Der Ablauf einer solchen Un-Konferenz ist für mich der Innbegriff dessen, was heute in Unternehmen erwünscht ist: Hier teilt man leidenschaftlich Wissen und schafft dadurch ein intensives Erlebnis. Mobile Anwendungen stehen für den Informationsaustausch hoch im Kurs, es wird gebloggt und getwittert, was in der Cloud Unmengen an Daten schafft und auch Nicht-Teilnehmer in das Offline-Erlebnis einbindet. Neue Verbindungen entstehen und bestehende Netzwerke werden enger. Die digitale Transformation ist hier vollkommen.

→ Was ist die digitale Transformation?

Anders sieht es in so manchen Unternehmen aus. Man hat sich auf bestehende Prozesse eingespielt, hinterfragt sie teilweise nicht mal mehr. Aber was ist eigentlich die digitale Transformation? Was verstehen wir darunter, und was lässt sich von sozialen Netzwerken für Unternehmen ableiten?

Die Agilität der Cloud: Für Innovationen, digitale Geschäftstransformationen und schnelle Entwicklungen bildet Cloud die Plattform. Wer noch nicht in der Cloud ist, verliert schnell an Agilität. Mit ihr geht es hin zu einer serviceorientierten Wirtschaft mit mehr Abo-Leistungen. Sie ist skalierbar, flexibel und anpassungsfähig. Immer bessere rechtliche Rahmenbedingungen sollten den Überlegungsprozess, ganz oder teilweise in die Cloud zu gehen, nie abbrechen lassen.

Das Bündeln der Daten: Ideenmanagement ist heute noch oft in starren Prozessen verhaftet, die die Kreativität im Keim ersticken lassen. Wissen findet sich (oft doppelt und veraltet) in E-Mails und in der Ordnerstruktur wieder – ein Zugriff von anderen Standorten ist fast unmöglich. Die richtigen Daten zum richtigen Zeitpunkt an der richtigen Stelle zu haben, wird es uns ermöglichen, sie schneller in Erkenntnisse zu wandeln, um bessere Entscheidungen treffen zu können.

Daten- und Wissenstransparenz sind unerlässlich, erfordern aber, mit großen Datenmengen umgehen zu können.

Wissen teilt man in Netzwerken: Wo anonym gearbeitet wird, lernen sich Menschen nicht kennen, und dies hemmt die Motivation, eigenes Wissen zu teilen. Wer bei seiner Kommunikationsstrategie Mitarbeitern die Chance nimmt, sich gegenseitig kennenzulernen, braucht sich nicht über geringen Know-How-Austausch zu wundern. Die digitale Transformation beruht darauf, dass sich Mitarbeiter sowohl on- wie offline mit einem hohen Maß an Vertrauen, durch Anerkennung und gegenseitigem Respekt austauschen.

Nichts geht ohne Mobile: Die digitale Transformation funktioniert nicht ohne Mobile. Gerade implizites Wissen wird in der jeweiligen Situation geteilt. Wer mobile ist, ist schnell. Und Schnelligkeit ist in der heutigen Zeit wichtiger als Größe. Mobile bedeutet auch Teambuilding – natürlich nicht ohne die anderen drei Aspekte.

→ Digitale Transformation: Ja, aber ...

Sollten Sie mindestens zweimal „ja, aber...!“ gedacht haben, möchte ich Ihnen verraten, wie Sie die digitale Transformation hin zum Social Workplace schaffen können. Die Antwort ist: Es braucht Wissen darüber, wo das Unter-

nehmen steht, wo es hin will, wer die Anspruchsgruppen sind und es braucht darüber hinaus eine langfristige Strategie. Wie gehen Sie dabei am besten vor?

Seit wir netmedianer Unternehmen bei ihrer digitalen Transformation unterstützen, begegnen uns viele Ja-abers: Ja, aber mit der Informationsflut kommt keiner zurecht. Ja, aber das Management bzw. der Mitarbeiter macht nicht mit. Ja, aber unsere Kultur passt nicht. Wichtig ist, Ihre Ja-abers zu kennen, sie ernst zu nehmen und ihnen mit dem richtigen, strategischen Ansatz zu begegnen. Die Analyse ist dabei besonders wichtig und wie diese funktionieren kann, erkläre ich Ihnen anhand des Adoption Frameworks.

→ Mit dem Adoption Framework zum Social Workplace

Das Adoption Framework ist eine ganzheitliche Methodik, die die Erfolgsbausteine für einen Social Workplace beinhaltet. Es gilt, die Perspektive der Menschen, des Business und der Technik einzunehmen, um für den Weg der digitalen Transformation die notwendige breite Akzeptanz zu erzielen. Das Framework bildet den Rahmen: Mit diesem analysieren Sie bereits durchgeführte Maßnahmen und ordnen sie in die Module des Frameworks ein. So identifizieren Sie in allen Bereichen die Punkte, in denen dann weitere Maßnahmen, wie z.B. Workshops und Interviews, erfolgen.

Aufbau einer Geschäftsstrategie für die digitale Transformation

Ohne einen ökonomischen Nutzen überzeugen Sie kein Management. Eine Potenzialanalyse hilft den Vergleich zu ziehen, wie Sie ohne und wie mit einem Social Workplace wirtschaften. In der Phase werden grobe Investitions- und Mehrwertanalysen erstellt. Prozesse werden in ihrem Kommunikationsnutzwert analysiert, Organisationspolitik und gesetzliche Vorgaben betrachtet, um auf dieser Basis auf der späteren Social-Workplace-Strategie aufzubauen.

Mitarbeiter für den Wandel abholen und einbinden

Im nächsten Schritt wandert der Fokus auf Fachabteilungen, die maßgeblich zu einem erfolgreichen Ergebnis beitragen und die für das Engagement aller Mitarbeiter sorgen werden. Das beinhaltet z.B.

Unternehmenskommunikation, Wissensmanagement, IT und HR. Diese Stakeholder geben Ihnen wichtige Informationen über die Organisation selbst, in dem Sie sie beispielsweise fragen:

Strategisch

- Wo stehen wir kulturell?
- Was bedeutet der Wandel für Führungskräfte und Mitarbeiter?
- Welche Maßnahmen sind für das Changemanagement und für Mitarbeitertrainings notwendig?

Organisatorisch

- Change-Maßnahmen bereiten die Mitarbeiter auf den Wandel der Arbeits- und Kommunikationsweise vor und fördern eine kollaborative Arbeitsweise.
- Dialogförderung und das Vereinbaren von digitalen Kommunikationsregeln.

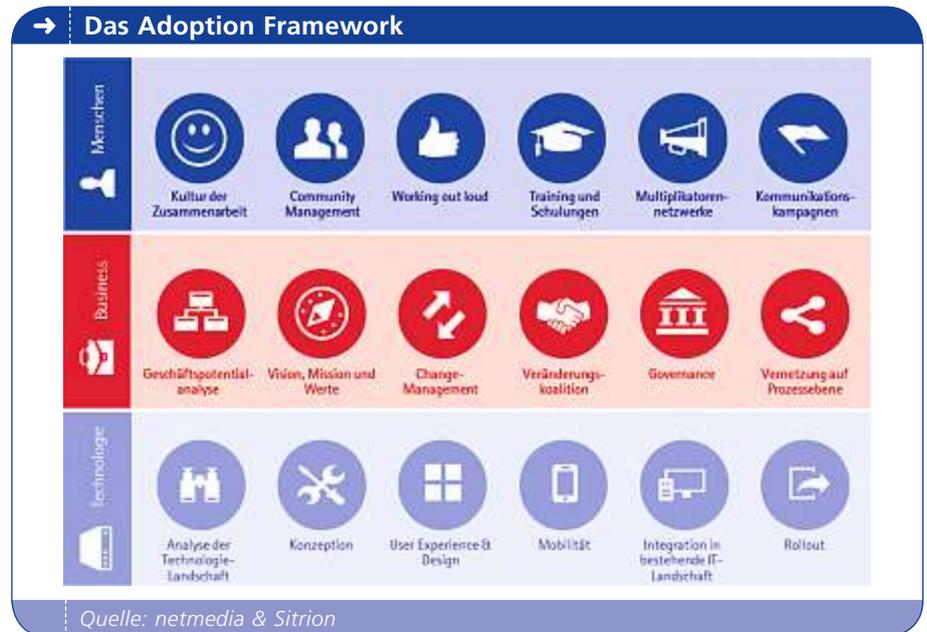
Die technologische Transformation

Der letzte Punkt ist die Technologie. Auch hier gibt es erneut eine strategische Sicht:

- Welche Technologien befinden sich im Unternehmen im Einsatz?
- Werden alle Technologien benötigt? Welche lassen sich zusammenfassen oder ablösen?
- Welche Plattform passt am besten zu der bestehenden IT-Landschaft?
- Welche Plattform unterstützt uns bei der Umsetzung der One-Workplace-Strategie?
- Welche Features passen gut in die Kultur, welche müssen noch warten?

→ Digitale Transformation – ganzheitlich und interdisziplinär

Haben Sie eine gute Basis durch die Analyse dieser drei Bereiche erreicht, können Sie den nächsten Schritt gehen. Jetzt sollten Sie sich über Ihre Anspruchsgruppen klar werden: Wer sind und wie arbeiten sie? Eine interne Umfrage wird dabei mehr als einzelne Fachbereiche zum Vorschein bringen. Altersstrukturen, Geschlecht, Produktgruppen, auch individuelle Ziele und Motivationsfaktoren können sich herauskristallisieren. Das Wissen um die wichtigsten Anspruchsgruppen wird Ihnen später bei den Kommunikations-



maßnahmen und bei der Mitarbeiterbindung eine enorme Hilfe sein.

Bevor es jedoch dazu kommt, gilt es jetzt, eine Social-Workplace-Strategie entlang der gesamtstrategischen Unternehmensziele zu entwickeln. Hierbei setzen Sie bei jedem Modul in den Bereichen Menschen, Business und Technologie an, das für das Unternehmen wichtig ist und worin noch Potenzial für es liegt. Wurden die Punkte herausgearbeitet, können Sie nun zurück zu Ihrer Anspruchsgruppenauswertung gehen und auf deren Basis Ihr Team für alle weiteren Schritte bilden. So wird jedes Mitglied sein Wissen ins Projekt tragen und später als Multiplikator wichtig sein, wenn es heißt, auch andere Kollegen für die digitale Transformation zu gewinnen. Sie haben sie dann quasi schon an Board!

Am Ende wird es einfacher, denn nun können die operativen Schritte festgelegt und an Zuständigkeiten verteilt werden. Seien es ein CEO-Blog, Image-Video(s), interne Print- und Online-Kampagnen, Aufbau von (Themen/Projekt)-Communities usw. – Sie entscheiden, was wie umgesetzt werden soll und wer dies übernimmt.

Wie auch immer Sie Ihre digitale Transformation umsetzen wollen: Denken Sie sie ganzheitlich und interdisziplinär. Beziehen Sie in Ihren Überlegungen dabei auch immer ein, dass die Mitarbeiterakzeptanz der Erfolgsfaktor ist, ohne den es keine Wissensteilung geben wird –

egal wie groß der ökonomische Nutzen oder wie teuer die Software dafür ist.

→ BarCamp – und dann?

Am letzten Tag des BarCamps naht unweigerlich der Abschied. Mehr als 60 Vorträge und Diskussionsrunden wurden von den Teilnehmenden durchgeführt, viele Bekanntschaften geknüpft und Interessensgruppen gebildet. Auf der Rückfahrt kann ich es kaum erwarten, die Erfahrungen, das Erlernte und die AHA-Erlebnisse in den sozialen Netzwerken zu teilen. Wie sieht es in Unternehmen aus? Wie in dem Ihrigen? Sie müssen keine BarCamps besuchen, um diese Leidenschaft zu erleben. Denn natürlich gibt es Unterschiede. Lust darüber zu diskutieren? Dann lassen Sie uns netzwerken!

→ Die Autorin



Bianca Gade leitet die Corporate Communication der netmedianer GmbH.

✉ gade@wissensmanagement.net