

Sven Dembski

Enterprise 2.0 und die Veränderung der Unternehmenskultur

**Potenziale und organisationale Herausforderungen
für das Wissensmanagement**

**Dembski, Sven: Enterprise 2.0 und die Veränderung der Unternehmenskultur:
Potenziale und organisationale Herausforderungen für das Wissensmanagement.
Hamburg, Diplomica Verlag GmbH 2014**

Buch ISBN: 978 3 8428 9228 6

PDF eBook ISBN: 978 3 8428 4228 1

Druck/Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2014

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung 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.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2014
Printed in Germany

Zusammenfassung

Das vorliegende Buch stellt die Potenziale von Social Software-Anwendungen wie z. B. Wikis, Weblogs und Social Networks für den Einsatz im Unternehmenskontext („*Enterprise 2.0*“) dar. Für jede der untersuchten Anwendungen wird eine Sicht auf die interne Anwendung im Unternehmen sowie eine Sicht auf den unternehmensexternen Einsatz eingenommen. Davon ausgehend werden die potenziellen Einsatzmöglichkeiten dieser Anwendungen, insbesondere für das *Wissensmanagement*, herausgearbeitet. Darüber hinaus wird eine *empirische Untersuchung* durchgeführt, welche die durch den Einsatz von Social Software-Anwendungen hervorgerufenen Veränderungen bzw. Anpassungen der *Organisationsstruktur* und *Unternehmenskultur*, untersucht. Basierend auf den Ergebnissen wird der organisationale Wandel durch Enterprise 2.0 beschrieben.

Abstract

The book at hand presents the potential of social software applications like wikis, blogs or social networks for the use in companies (“*Enterprise 2.0*”). For each examined application, the potential of social software application will be pointed out for the company’s internal use (especially for *knowledge management*) as well as the opportunity to use social software applications in external contexts of a company.

Furthermore, an *empiric survey* will be accomplished to analyze the changes or adoptions on *organizational structure* or *organizational culture*, caused by the use of social software applications in companies. According to the results, the organizational change which is based on Enterprise 2.0, will be described.

Inhaltsverzeichnis

BILDERVERZEICHNIS.....	10
TABELLENVERZEICHNIS	12
ABKÜRZUNGS- UND AKRONYMVERZEICHNIS.....	14
1. EINLEITUNG.....	17
1 1 MOTIVATION	17
1 2 GEGENSTAND UND ZIEL	18
1 3 METHODISCHER ANSATZ	20
1 4 GANG DER UNTERSUCHUNG	20
2. GRUNDLAGEN.....	22
2 1 WEB 2 0 UND SOCIAL SOFTWARE	22
2.1.1 <i>Definition und Begriffserklärung</i>	22
2.1.2 <i>Arten von Social Software-Anwendungen.....</i>	24
2 1 2 1 Wiki	24
2 1 2 2 Weblog	25
2 1 2 3 Social Network	26
2 1 2 4 Social Bookmark	28
2 1 2 5 Social Tag	29
2 1 2 6 Instant Message	30
2 1 2 7 Microblog	31
2 1 2 8 Podcast und Vodcast	32
2.1.3 <i>Zusammenfassende Bemerkungen.....</i>	32
2 2 ORGANISATIONSTRUKTUR	33
2.2.1 <i>Definition und Begriffserklärung</i>	34
2.2.2 <i>Dimensionen von Organisationsstrukturen.....</i>	35
2 2 2 1 Auswahl der Strukturdimensionen	36
2 2 2 2 Art und Grad der Spezialisierung	37
2 2 2 3 Koordination	38
2 2 2 4 Konfiguration	39
2 2 2 5 Entscheidungsdelegation	39
2 2 2 6 Formalisierung	40
2.2.3 <i>Formen von Organisationsstrukturen.....</i>	41
2 2 3 1 Einliniensystem	41
2 2 3 2 Mehrliniensystem	42
2 2 3 3 Matrixorganisation	43
2 3 UNTERNEHMENSKULTUR	45
2.3.1 <i>Definition und Begriffserklärung</i>	45
2.3.2 <i>Ebenen von Unternehmenskulturen nach SCHEIN</i>	47
2.3.3 <i>Zusammenhang zwischen Unternehmenskultur und Organisationsstruktur</i>	50

2 4	WISSENSMANAGEMENT	51
2.4.1	<i>Definition und Begriffserklärung</i>	51
2.4.2	<i>Grundausrichtungen des Wissensmanagements</i>	53
2.4.3	<i>Arten von Wissen</i>	54
2.4.4	<i>Konzept des Wissensmanagement nach Probst</i>	56
3.	ENTERPRISE 2.0 – POTENTIALE FÜR UNTERNEHMEN	59
3 1	DEFINITION UND BEGRIFFSERKLÄRUNG	59
3 2	INTERNE SICHTWEISE	61
3.2.1	<i>Wiki</i>	61
3.2.2	<i>Weblog</i>	62
3.2.3	<i>Social Network</i>	63
3.2.4	<i>Social Bookmark</i>	63
3.2.5	<i>Social Tag</i>	64
3.2.6	<i>Instant Message</i>	64
3.2.7	<i>Microblog</i>	65
3.2.8	<i>Podcast/ Videocast</i>	66
3.2.9	<i>Zusammenfassung</i>	66
3 3	EXTERNE SICHTWEISE	67
3.3.1	<i>Wiki</i>	67
3.3.2	<i>Weblog</i>	68
3.3.3	<i>Social Network</i>	69
3.3.4	<i>Social Bookmark</i>	70
3.3.5	<i>Social Tag</i>	70
3.3.6	<i>Instant Message</i>	71
3.3.7	<i>Microblog</i>	71
3.3.8	<i>Podcast/ Videocast</i>	72
3.3.9	<i>Zusammenfassung</i>	72
4.	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG	73
4 1	MOTIVATION	73
4 2	THEORETISCHE GRUNDLAGEN ZUR DURCHFÜHRUNG VON ONLINE-BEFRAGUNGEN	74
4.2.1	<i>Vorteile von Online-Befragungen</i>	75
4.2.2	<i>Nachteile von Online-Befragungen</i>	76
4 3	METHODISCHES VORGEHEN	77
4.3.1	<i>Zielgruppe und Auswahl der Unternehmen</i>	77
4.3.2	<i>Vorstellung des Fragebogendesigns</i>	79
4.3.3	<i>Methoden zur statistischen Auswertung</i>	84
4 4	EFS SURVEY	86
5.	ERGEBNIS DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG	87
5 1	RÜCKLAUFQUOTE	87

5 2	ERGEBNIS DER ONLINE-BEFRAGUNG	89
5.2.1	<i>Basisdaten</i>	89
5 2 1 1	Unternehmensdaten	89
5 2 1 2	Wissensmanagement	94
5.2.2	<i>kein Einsatz</i>	98
5 2 2 1	Enterprise 2 0	98
5 2 2 2	Kultur und Organisation	100
5.2.3	<i>Einsatz in Planung</i>	103
5 2 3 1	Enterprise 2 0	103
5 2 3 2	Kultur und Organisation	109
5.2.4	<i>Einsatz</i>	112
5 2 4 1	Enterprise 2 0	112
5 2 4 2	Kultur und Organisation	120
5 3	ORGANISATIONALE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DAS WISSENSMANAGEMENT	126
6.	LIMITATIONEN UND KRITISCHE WÜRDIGUNG.....	134
7.	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	136
7 1	ZUSAMMENFASSUNG	136
7 2	AUSBLICK	138
ANHANG		140
ANHANG I – FRAGEBOGEN		140
ANHANG II – HÄUFIGKEITSTABELLEN		153
LITERATURVERZEICHNIS		169

Bilderverzeichnis

BILD 1: NETZWERK-VISUALISIERUNG BEI XING.COM	27
BILD 2: TAG-CLOUD ZUM THEMA ENTDECKEN AUF FLICKR.COM	29
BILD 3: KLASSIFIKATIONSSCHEMA VON SOCIAL SOFTWARE	33
BILD 4: EINLINIENSYSYSTEM	42
BILD 5: MEHRLINIENSYSYSTEM	43
BILD 6: MATRIXORGANISATION	44
BILD 7: DIE DREI EBENEN DER UNTERNEHMENSKULTUR NACH SCHEIN	48
BILD 8: ZUSAMMENHANG ZWISCHEN ORGANISATIONSSTRUKTUR UND UNTERNEHMENSKULTUR	50
BILD 9: WISSENSTREPPE NACH NORTH	52
BILD 10: WISSENSZYKLUS NACH PROBST	57
BILD 11: FRAGEBOGENSTRUKTUR TEIL 1	81
BILD 12: FRAGEBOGENSTRUKTUR TEIL 2	82
BILD 13: BRANCHE	90
BILD 14: UNTERNEHMENSGRÖÖE	91
BILD 15: STANDORTE	91
BILD 16: ORGANISATIONSSTRUKTUR	92
BILD 17: MITARBEITERPOSITION	92
BILD 18: ANZAHL IT-MITARBEITER	93
BILD 19: GRAD DER KOMMUNIKATION	94
BILD 20: GRAD DES WISSENSAUSTAUSCHS	95
BILD 21: WISSENSSPEICHERUNG UND WISSENSVERTEILUNG	96
BILD 22: BEGRIFFSVERSTÄNDNIS ENTERPRISE 2.0	96
BILD 23: EINSATZ VON ENTERPRISE 2.0?	97
BILD 24: ENTERPRISE 2.0-RISIKEN (KEIN EINSATZ)	99
BILD 25: ENTERPRISE 2.0-CHANCEN (KEIN EINSATZ)	100
BILD 26: VORSTELLBARE VERÄNDERUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (KEIN EINSATZ)	101
BILD 27: VORAUSSETZUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (KEIN EINSATZ)	102
BILD 28: VERÄNDERUNGEN IN DER ORGANISATIONSSTRUKTUR (KEIN EINSATZ)	103
BILD 29: ENTERPRISE 2.0-PLANUNG	104
BILD 30: ENTERPRISE 2.0-ZIELE (PLANUNG)	105
BILD 31: KONKRETE ANWENDUNGEN (PLANUNG)	106
BILD 32: EINSATZBEREICH (PLANUNG)	107
BILD 33: ART DES EINSATZES (PLANUNG)	108
BILD 34: EINSATZ PRIVAT (PLANUNG)	109
BILD 35: ERWARTETE VERÄNDERUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (PLANUNG)	110
BILD 36: VORAUSSETZUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (PLANUNG)	111
BILD 37: ERWARTETE VERÄNDERUNG DER OS (PLANUNG)	112
BILD 38: SEIT WANN ENTERPRISE 2.0-EINSATZ? (EINSATZ)	113

BILD 39: ENTERPRISE 2 0-ZIELE (EINSATZ)	114
BILD 40: EINSATZBEREICH (EINSATZ)	115
BILD 41: KONKRETE ANWENDUNGEN (EINSATZ)	116
BILD 42: ART DES EINSATZES (EINSATZ)	117
BILD 43: RICHTLINIEN (EINSATZ)	118
BILD 44: EINSATZ PRIVAT UND GESCHÄFTLICH (EINSATZ)	119
BILD 45: VORAUSSETZUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (EINSATZ)	121
BILD 46: ERWARTETE VERÄNDERUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (EINSATZ)	122
BILD 47: STATTGEFUNDENE VERÄNDERUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (EINSATZ)	124
BILD 48: GEGENÜBERSTELLUNG ERWARTET – STATTGEFUNDEN (EINSATZ)	125
BILD 49: VERÄNDERUNGEN DER ORGANISATIONSSTRUKTUR (EINSATZ)	126
BILD 50: HERAUSFORDERUNGEN AGGREGIERT	128
BILD 51: RISIKEN AGGREGIERT	129
BILD 53: AI - UNTERNEHMENS DATEN	141
BILD 54: AI – WISSENSMANAGEMENT	141
BILD 55: AI - ENTERPRISE 2 0-BEGRIFFSVERSTÄNDNIS	142
BILD 56: AI - EINSATZ IN PLANUNG (FILTER)	142
BILD 57: AI - RISIKEN UND CHANCEN (KEIN EINSATZ)	143
BILD 58: AI - KULTUR UND ORGANISATION (KEIN EINSATZ)	144
BILD 59: AI - PLANUNG UND ZIELE (PLANUNG)	145
BILD 60: AI - EINSATZBEREICH (PLANUNG)	146
BILD 61: AI - RICHTLINIEN UND PRIVATER EINSATZ (PLANUNG)	146
BILD 62: AI - VERÄNDERUNGEN UND VORAUSSETZUNGEN UNTERNEHMENSKULTUR (PLANUNG)	147
BILD 63: AI - VERÄNDERUNGEN ORGANISATIONSSTRUKTUR (PLANUNG)	148
BILD 64: AI - PLANUNG UND ZIELE (EINSATZ)	149
BILD 65: AI - EINSATZBEREICH (EINSATZ)	150
BILD 66: AI - RICHTLINIEN UND PRIVATER UND GESCHÄFTLICHER EINSATZ (EINSATZ)	150
BILD 67: AI - VERÄNDERUNGEN UND VORAUSSETZUNGEN UNTERNEHMENSKULTUR (EINSATZ)	151
BILD 68: AI - VERÄNDERUNGEN ORGANISATIONSSTRUKTUR UND RISIKEN (EINSATZ)	152

Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: AUFFASSUNGEN VON UNTERNEHMENSKULTUR	45
TABELLE 2: AII – BRANCHE	153
TABELLE 3: AII – UNTERNEHMENSGRÖßE	153
TABELLE 4: AII - STANDORTE	153
TABELLE 5: AII - ORGANISATIONSSTRUKTUR	154
TABELLE 6: AII - MITARBEITERPOSITION	154
TABELLE 7: AII - ANZAHL IT-MITARBEITER	154
TABELLE 8: AII - GRAD DER KOMMUNIKATION	155
TABELLE 9: AII - GRAD DES WISSENSAUSTAUSCHS	155
TABELLE 10: AII - WISSENSSPEICHERUNG	155
TABELLE 11: AII - WISSENSVERTEILUNG	155
TABELLE 12: AII - BEGRIFF BEKANNT?	156
TABELLE 13: AII - BEGRIFFSVERSTÄNDNIS ENTERPRISE 2 0	156
TABELLE 14: AII - EINSATZ VON ENTERPRISE 2 0?	156
TABELLE 15: AII - EINSATZ IN PLANUNG?	157
TABELLE 16: AII – ENTERPRISE 2 0-RISIKEN (KEIN EINSATZ)	157
TABELLE 17: AII – ENTERPRISE 2 0-CHANCEN (KEIN EINSATZ)	157
TABELLE 18: AII - VORSTELLBARE VERÄNDERUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (KEIN EINSATZ)	158
TABELLE 19: AII - VORAUSSETZUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (KEIN EINSATZ)	158
TABELLE 20: AII - VERÄNDERUNGEN DER ORGANISATIONSSTRUKTUR (KEIN EINSATZ)	159
TABELLE 21: AII - ENTERPRISE 2 0-PLANUNG (PLANUNG)	159
TABELLE 22: AII – ENTERPRISE 2 0-ZIELE (PLANUNG)	159
TABELLE 23: AII - KONKRETE ANWENDUNGEN (PLANUNG)	160
TABELLE 24: AII - EINSATZBEREICH (PLANUNG)	160
TABELLE 25: AII - ART DES EINSATZES (PLANUNG)	160
TABELLE 26: AII - RICHTLINIEN (PLANUNG)	160
TABELLE 27: AII - EINSATZ PRIVAT (PLANUNG)	161
TABELLE 28: AII - ERWARTETE VERÄNDERUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (PLANUNG)	161
TABELLE 29: AII - VORAUSSETZUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (PLANUNG)	162
TABELLE 30: AII - ERWARTETE VERÄNDERUNGEN DER ORGANISATIONSSTRUKTUR (PLANUNG)	162
TABELLE 31: AII - ENTERPRISE 2 0-RISIKEN (PLANUNG)	162
TABELLE 32: AII - SEIT WANN ENTERPRISE 2 0-EINSATZ? (EINSATZ)	163
TABELLE 33: AII - ENTERPRISE 2 0-ZIELE (EINSATZ)	163
TABELLE 34: AII - KONKRETE ANWENDUNGEN (EINSATZ)	164
TABELLE 35: AII - EINSATZBEREICH (EINSATZ)	164
TABELLE 36: AII - ART DES EINSATZES (EINSATZ)	164
TABELLE 37: AII - RICHTLINIEN (EINSATZ)	165
TABELLE 38: AII - EINSATZ PRIVAT UND GESCHÄFTLICH (EINSATZ)	165

TABELLE 39: AII - ERWARTETE VERÄNDERUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (EINSATZ)	166
TABELLE 40: AII - STATTGEFUNDENE VERÄNDERUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (EINSATZ)	166
TABELLE 41: AII - VORAUSSETZUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (EINSATZ)	167
TABELLE 42: AII - STATTGEFUNDENE VERÄNDERUNGEN DER ORGANISATIONSSTRUKTUR (EINSATZ)	167
TABELLE 43: AII - ERWARTETE VERÄNDERUNGEN DER ORGANISATIONSSTRUKTUR (EINSATZ)	167
TABELLE 44: AII - ENTERPRISE 2 0-RISIKEN (EINSATZ)	168
TABELLE 45: AII - VORAUSSETZUNGEN DER UNTERNEHMENSKULTUR (AGGREGIERT)	168
TABELLE 46: AII - ENTERPRISE 2 0-RISIKEN (AGGREGIERT)	168

Abkürzungs- und Akronymverzeichnis

AIM	AOL Instant Messenger
AJAX	Asynchronous JavaScript and XML
Aufl.	Auflage
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
d. h.	das heißt
ebd.	ebenda
et. al.	et alii (und andere)
etc.	et cetera
evtl.	eventuell
FAQ	Frequently Asked Questions
f.	folgende
ff.	fortfolgende
Hrsg.	Herausgeber
HTML	Hypertext Markup Language
http	Hypertext Transfer Protocol
IAO	Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation
IT	Informationstechnologie
N _a	Anzahl der Unternehmen im Fragebogenpfad a <i>Einsatz</i>
N _b	Anzahl der Unternehmen im Fragebogenpfad b <i>Einsatz in Planung</i>
N _c	Anzahl der Unternehmen im Fragebogenpfad c <i>kein Einsatz</i>
OS	Organisationsstruktur
PDF	Portable Document File
PR	Public Relations
QR-Code	Quick-Response-Code
resp.	respektive
RSS	Really Simple Syndication
S.	Seite
SAV	SPSS Statistics Data Document
SMS	Short Message Service
UK	Unternehmenskultur

URL	Uniform Resource Locator
vgl.	vergleiche
WWW	World Wide Web
XML	eXtensible Markup Language
z. B.	zum Beispiel

1. Einleitung

Die Einleitung stellt die Motivation sowie den Gegenstand und das Ziel dieses Buches vor. Ferner wird auf den verfolgten methodischen Ansatz und den weiteren Verlauf in dieser Arbeit eingegangen.

1.1 Motivation

Unternehmen sind in zunehmendem Maße der Dynamik ihrer Umwelt ausgesetzt. Einer Dynamik, die nicht zuletzt durch die Entwicklung im Bereich der Informationstechnologie (IT) immer mehr voran getrieben wird und die Unternehmen mittlerweile durchdrungen hat. Hinzu kommt die zunehmende Vernetzung der Welt, die den Wandel der Weltwirtschaft zudem beschleunigt (vgl. Buhse und Stamer 2008, S. 244). Damit sind Informationen und daraus gewonnenes Wissen in den letzten Dekaden für Unternehmen immer wichtiger geworden. Der Informationssektor kann inzwischen – neben dem primären, sekundären und tertiären Wirtschaftssektor – als vierter Wirtschaftssektor betrachtet werden (vgl. Lehner 2009, S. 5). „Zu ihm zählen vor allem die Produktion von „Information“ sowie Dienstleistungen im Umfeld von Informationstechnologie“ (Lehner 2009, S. 5). Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Bewältigung der Informationsflut. Laut KRCMAR (2005, S. 52) verdoppelt sich das gedruckte Wissen alle acht Jahre. Bei gleichzeitig zunehmender Verbreitung von Intranets, geht damit ein Zuwachs von unternehmensintern verfügbaren Informationen einher (ebd.). Diese Informationen und Wissensbestände müssen gehandhabt werden. Jedoch stellt sich zunehmend heraus, dass bisher genutzte Technologien bzw. Systeme dieser Aufgabe nicht mehr adäquat gerecht werden (vgl. Lehner 2009, S. 7). „Neue Wege und Alternativen sind gerade in den Bereichen Wissenssicherung und –generierung nötig, um auf eine sich ändernde Arbeitswelt reagieren und im Wettbewerb bestehen zu können.“ (Günther und Spath 2010, S.6). Dazu gehören unter anderem die Sicherstellung der Kommunikation im Unternehmen und die ständige Verfügbarkeit von Wissen. Während die Verfügbarkeit von Wissen vornehmlich unternehmensintern zu gewährleisten ist, spielt bei der Kommunikation zudem die externe Ausrichtung zu Kunden, Lieferanten oder Partnern eine große Rolle.

Technologien, die unter dem Begriff „*Web 2.0*“ oder spezieller unter „*Social Software*“ zusammengefasst werden können, sollen zur Unterstützung dieser Aufgaben beitragen (vgl. Koch und Richter 2007, S. 1). Die Anwendungen, die unter dem durch O'REILLY

(2005) populär gewordenen Begriff Web 2.0 zusammen gefasst werden können, wurden anfangs nur im privaten Umfeld eingesetzt. Eine Studie der Berlecon Research Group (vgl. Berlecon 2007, S. 12) stellt fest, dass 2007 in einigen Unternehmen ***Social Software-Anwendungen*** zu finden sind, diese aber nur bei vereinzeltten Mitarbeitern Verwendung finden. Der Erfolg, der von Wikipedia¹ oder anderen Social Software-Anwendungen dieser Art ausgeht, lässt allerdings auf das Potenzial, das Social Software z. B. durch die Wissensgenerierung und Wissenssicherung für Unternehmen bietet, schließen (vgl. Spath und Günther 2010, S. 6). Obwohl seit 2007 die Anzahl der Unternehmen, die Social Software-Anwendungen einsetzen (vgl. z. B. Adelsberger et. al 2009, S. 25) gestiegen ist, ist der Einsatz von Social Software im Unternehmen, auch ***Enterprise 2.0-Anwendungen*** genannt, noch bei weitem nicht ausgereift und die möglichen Einsatzpotenziale nicht vollständig erschlossen.

Social Software-Anwendungen sind soziotechnische Systeme (vgl. Back und Heidecke 2009a, S. 4). Daher ist neben der technischen Sichtweise und der reinen Einführung von Enterprise 2.0-Anwendungen auch die menschliche Beteiligung und Nutzung dieser Anwendungen notwendig (vgl. Back und Heidecke 2009a, S. 5; Günther und Spath 2010, S. 6), um insbesondere für das ***Wissensmanagement*** Nutzen zu stiften. Durch das Zusammenwirken von Wissensmanagement und ***Unternehmenskultur*** (vgl. Mandl und Reimann-Rothmeier 2000, S. 160) ist für Enterprise 2.0-Anwendungen als soziotechnisches System auch die Unternehmenskultur von Bedeutung. HAMANN (2008, S. 8-9) stellt neben der Unternehmenskultur auch die Relevanz der ***Organisationsstruktur*** und den damit einhergehenden Wandel heraus. Daraus folgt, dass im Zuge des Einsatzes von Enterprise 2.0-Anwendungen neben der technischen Sichtweise besonders den möglichen Veränderungen der Unternehmenskultur und der Organisationsstruktur Beachtung zu schenken ist.

Gerade in diesem Punkt fehlt allerdings oft das Bewusstsein für den Änderungsbedarf hinsichtlich der Unternehmenskultur (vgl. Schein 2010, S. 19) und Organisationsstruktur im praktischen Einsatz in Unternehmen.

1.2 Gegenstand und Ziel

Der Gegenstand dieser Ausarbeitung gliedert sich in zwei Hauptziele. Das erste Ziel ist die Herausarbeitung der ***Potenziale für Unternehmen***, die sich aus dem ***Einsatz von***

¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Hauptseite>

Social Software-Anwendungen ergeben können. Hierzu wird eine Sicht auf den Einsatz dieser Anwendungen eingenommen und zwischen dem internen und extern gerichteten Unternehmenseinsatz differenziert. Für beide Sichten werden alle, in Kapitel 2.1.2 erläuterten, Arten von Social Software-Anwendungen hinsichtlich des Nutzens für Unternehmen betrachtet. Dabei stehen insbesondere die potenziellen Einsatzmöglichkeiten für das Wissensmanagement im Vordergrund.

Das zweite Ziel dieses Buches ist die empirische Untersuchung des organisationalen Wandels, der mit dem Einsatz von Social Software-Anwendungen im Unternehmen einher geht. In der Literatur lassen sich z. B. bei BACK UND HEIDECHE (2009a, S. 4-5) Hinweise auf Veränderungen der Unternehmenskultur und damit verbunden mit der Organisationsstruktur identifizieren. Obwohl es zum Einsatz von Social Software-Anwendungen in Unternehmen bereits empirische Untersuchungen gibt, hat nach Kenntnis des Autors keine dieser Untersuchungen den organisationalen Wandel in Form von Veränderungen in der Unternehmenskultur und Organisationsstruktur explizit adressiert.

Aus diesem Grund lassen sich nachfolgende Forschungsfragen identifizieren, deren Beantwortung sich das vorliegende Werk zum Ziel gesetzt hat:

- Welche Potenziale ergeben sich durch den Einsatz von Social Software für Unternehmen und welche Social Software-Anwendungen eignen sich besonders für das Wissensmanagement?
- Ist der Einsatz von Social Software-Anwendungen in Unternehmen bereits verbreitet und welche Anwendungen werden eingesetzt?
- Welche Voraussetzungen für Veränderungen in der Unternehmenskultur sind für den erfolgreichen Einsatz von Social Software notwendig und welche Veränderungen in der Organisationskultur haben bereits stattgefunden?
- Welche Anpassungen der Organisationsstruktur ergeben sich aus Veränderungen der Unternehmenskultur?

Um der Beantwortung dieser Fragestellungen gerecht zu werden, wird die ***empirische Untersuchung*** in Form einer Unternehmensumfrage als ***Online-Befragung*** durchgeführt. Ziel ist es, an Hand der sich daraus ergebenden Informationen den Status quo bezüglich der Verbreitung des Einsatzes von Social Software im Unternehmen zu ermitteln. Aufbauend auf der Nutzung dieser Anwendungen werden Aussagen über Veränderungen in der Organisationsstruktur und Unternehmenskultur getroffen. Abschließend

wird erläutert, welche Herausforderungen sich durch den organisationalen Wandel durch Enterprise 2.0, insbesondere für das Wissensmanagement, ergeben.

1.3 Methodischer Ansatz

Die Forschungsmethodik der Wirtschaftsinformatik² bietet einen behavioristischen („Behavioral Science“) und einen gestaltungsorientierten bzw. konstruktivistischen („Design Science“) Ansatz. (vgl. Frank 2007, S. 163-170). Dabei fokussiert letztgenannter Ansatz die Konstruktion und Bewertung von IT-Artefakten, hingegen der behavioristische Ansatz die empirische Wahrheitsfindung verfolgt (vgl. Becker und Pfeiffer 2006, S. 2). Mit der Durchführung einer empirischen Untersuchung zur Analyse der Verbreitung von Enterprise 2.0-Anwendungen zum Einen und der Analyse der Unternehmenskultur und Organisationsstruktur zum Anderen, sowie der anschließenden Auswertung, sollen Aussagen über das Verhalten der Unternehmen bzw. der Organisationsmitglieder dieser Unternehmen, getroffen werden. Aus diesem Grund liegt der vorliegenden Untersuchung der behavioristische Ansatz zugrunde.

1.4 Gang der Untersuchung

Das methodische Vorgehen gliedert sich wie folgt: In Kapitel 2 werden die Grundlagen zur Identifikation der Potenziale von Enterprise 2.0 und die Bewertung der Änderungen der Unternehmenskultur und Organisationsstruktur gelegt. Dafür werden in Kapitel 2.1 die Arten von Social Software-Anwendungen erklärt. Als Basis der Analyse der organisationalen Herausforderungen für das Wissensmanagement werden in Kapitel 2.2 Dimensionen und Formen von Organisationsstrukturen erläutert, bevor in Kapitel 2.3 auf die verschiedenen Ebenen von Unternehmenskulturen eingegangen wird. Um den Bezug der Potenziale von Enterprise 2.0-Anwendungen für das Wissensmanagement herzustellen, konzentriert sich Kapitel 2.4 als letztes Unterkapitel im Grundlagenteil auf die Erläuterung des Wissensmanagements.

In Kapitel 3 werden ausgehend von der Unterteilung in interne und externe Unternehmenssicht für alle die in Kapitel 2.1 erläuterten Social Software-Anwendungen die Potenziale bei dem Einsatz in Unternehmen, insbesondere für das Wissensmanagement,

² Nicht zu verwechseln mit dem internationalen, überwiegend im angelsächsischen Raum benutzten, Begriff des Information Systems (IS), welcher andere Forschungsziele impliziert, als die deutschsprachige Wirtschaftsinformatik dies tun (vgl. Frank 2007, S. 157)