

Motivation und kulturelle Barrieren bei der Wissensteilung im Enterprise 2.0

Athanasios Mazarakis, Simone Braun, Christine Kunzmann,
Andreas Schmidt, Alexander Stocker, Alexander Richter, Michael Koch

1 Einleitung

Enterprise 2.0, d.h. der Einsatz von Social Software innerhalb von Unternehmen und die sich daraus ergebende Umgestaltung, erfreut sich weiterhin der großen Aufmerksamkeit von Praktikern und Forschern. Das beruht nicht zuletzt auf der Tatsache, dass viele Problemstellungen und soziotechnische Barrieren bestenfalls identifiziert, jedoch noch nicht annähernd gelöst sind. Neben aktuellen technischen Fragestellungen, wie beispielsweise der sinnvollen Einbeziehung von Daten aus Bestandssystemen - vgl. dazu das Schlagwort Enterprise Activity Streaming, steht insbesondere die Unternehmenskultur weiterhin im Mittelpunkt vieler Studien.

„Enterprise 2.0 in der Organisation“ war bereits auf der Mensch und Computer 2009 als sehr relevant identifiziert worden. Im Workshop „Soziotechnische Integration? Bottom Up? Simplicity? Was sind die Erfolgstreiber von Enterprise 2.0?“ auf der Mensch und Computer 2010 wurde eine „geeignete“ Unternehmenskultur als Erfolgstreiber für Enterprise 2.0 identifiziert.

In Bezug auf Enterprise 2.0 und die dafür geeignete Unternehmenskultur, finden sich vor allem in der Praxis zwei divergierende Standpunkte:

- Häufig wird argumentiert, dass der Einsatz von Social Software im Unternehmen scheitert, wenn die Unternehmenskultur nicht für die im Enterprise 2.0 typische Offenheit in der Kommunikation und Wissensteilung ausgestaltet ist.
- Im Gegensatz dazu sprechen Unternehmen mit einer sehr partizipativen und offenen Unternehmenskultur davon, dass ihre Mitarbeiter Wissen grundsätzlich sehr gerne teilen, jedoch die neuen Enterprise 2.0-Dienste viel zu kompliziert in der Handhabung sind.

Darüber hinaus sind bislang Wechselwirkungen zwischen den Werkzeugen und ihrer jeweiligen Ausgestaltung und Verwendung auf der einen Seite und der Unternehmens- oder Bereichskultur auf der anderen Seite, kaum untersucht: Wie entwickelt sich die Kultur durch Enterprise 2.0 und wie beeinflusst die Kultur die tatsächlichen Nutzungsformen.

Motivationale Aspekte bei der Wissensteilung sind ein besonders vielschichtiger Bereich, welcher das Feld „Enterprise 2.0“ umspannt, allerdings im Kontext der Arbeitswelt noch immer wenig systematisch analysiert und gestalterisch angegangen wird. Hier gilt es, aus den unterschiedlichen Disziplinen Erkenntnisse zusammenzutragen und dadurch nutzbar zu machen, dass man relevante Aspekte identifiziert und zueinander in Beziehung setzt.

Dieser Workshop führt zwei erfolgreiche Workshop-Reihen zusammen und setzt deren Tradition fort:

1. Workshops zu **Enterprise 2.0** in den Jahren 2009-2011:

- Enterprise 2.0: Web 2.0 im Unternehmen (Mensch und Computer 2009)
- Corporate Web 2.0: Wissensnetzwerke und Soziale Software in Unternehmen (5. Konferenz Professionelles Wissensmanagement 2009)
- Soziotechnische Integration? Bottom Up? Simplicity? Was sind die Erfolgstreiber von Enterprise 2.0 (Mensch und Computer 2010)
- E20Success - Enterprise 2.0 - Mehr Erfolg mit Web 2.0 im Unternehmen (6. Konferenz Professionelles Wissensmanagement 2011)

2. Workshops zu **motivationalen und kulturellen Aspekten** in den Jahren 2010-2011

- MATEL 2010: Motivational and Affective Aspects of Technology Enhanced Learning and Web 2.0 (5. European Conference on Technology Enhanced Learning 2010)
- Knowledge Maturing & Organisational Development (Professional Training Facts 2010)
- MSKWM 2011: Motivationale, soziale und kulturelle Aspekte im Wissensmanagement (6. Konferenz Professionelles Wissensmanagement 2011)

2 Zentrale Fragestellungen des Workshops

Im Rahmen des Konferenzthemas „ÜBER MEDIEN – ÜBER MORGEN“ wollen wir nicht mehr nur bisherige Erfolgsfaktoren für Wissensteilung im Enterprise 2.0 voneinander losgelöst betrachten, sondern vielmehr auch relevante und identifizierte Barrieren genauer untersuchen. Mögliche Leitfragen sind:

- Kulturelle Aspekte (insbesondere die Organisationskultur) wurden in der Vergangenheit als Treiber/Bremser für die erfolgreiche Anwendung von Enterprise 2.0-Werkzeugen identifiziert. Welche Implikationen lassen sich sowohl aus forschungstheoretischer, als auch aus organisationspraktischer Sicht daraus ziehen?
- Welche Motivation haben Mitarbeiter eines Unternehmens, Social Software zu nutzen und welche Barrieren aus individueller Sicht sind beim Einsatz von Social Software in Unternehmen zu überwinden?
- Wie lassen sich kreativitätsförderliche (Lern-)Kulturen und "Flow-Erlebnisse" (spaßmachende Erlebnisse beim Wissensaustausch) integrieren und somit evtl. neue Erkenntnisse zu Web 2.0 in Unternehmen erhalten?
- Wie können Entscheider überzeugt werden, die neuen Dienste im Enterprise 2.0 einzuführen, bzw. bereits eingeführte Dienste entsprechend zu unterstützen?
- Wie kann der kulturelle Wandel zu einem System, welches offene Kommunikation und Transparenz über Wissen und Wissensträger lebt, stattfinden?
- Wie können Werkzeuge angepasst und gestaltet werden, so dass sie motivationsförderlich wirken und sich eine Passung zur Unternehmenskultur ergibt?
- Existieren allgemeine Barrieren wie individuelle Persönlichkeitsmerkmale und organisationale Struktur oder sind diese Barrieren nur in bestimmten Kontexten beobachtbar?
- Auf welche Art und Weise beeinflusst Enterprise 2.0, wie Mitarbeiter künftig zusammenarbeiten werden?

3 Kurzvorstellung der Workshopbeiträge

Beitrag 1 mit dem Titel: Motive und Barrieren für Social Software in Organisationen und im Krisenmanagement

Autor: Christian Reuter

Zusammenfassung: Es existieren zahlreiche Motive und Barrieren zur Nutzung von Social Software in Unternehmen und Organisationen. Ein mögliches Anwendungsszenario ist das interorganisationale Krisenmanagement von Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben, Unternehmen und Bürgern bei Großschadenslagen. In diesem Beitrag werden Motive und Barrieren der Nutzung von Social Software in Unternehmen herausgestellt. Hierauf aufbauend werden diese auf das interorganisationale Krisenmanagement übertragen und Besonderheiten herausgearbeitet.

Beitrag 2 mit dem Titel: Zur Relevanz von Enterprise 2.0 und Product Lifecycle Management in der Automobilindustrie

Autoren: Andrea Denger, Alexander Stocker, Michael Maletz

Zusammenfassung: Bisher zeichnet sich in der Enterprise-2.0-Forschung noch kein Fokus auf bestimmte Branchen oder Bereiche ab. Der vorliegende Beitrag möchte einen neuen Weg gehen, indem er nicht einzelne Plattformen und deren Anwendung untersucht, sondern sich genau einer Branche – der Automobilindustrie – mit ihren spezifischen Herausforderungen und dem in dieser Branche maßgeblichen strategischen Konzept – dem Product Lifecycle Management (PLM) – widmet.

Beitrag 3 mit dem Titel: Culture-Awareness for Supporting Knowledge Maturing in Organizations

Autoren: Athanasios Mazarakis, Christine Kunzmann, Andreas Schmidt, Simone Braun

Zusammenfassung: Der Erfolg und die Nachhaltigkeit informellen Lernens im Arbeitskontext, hängt stark von motivationalen, sozialen und kulturellen Aspekten der beteiligten Personen, Teams und Organisationen ab. Die Autoren präsentieren empirische Ergebnisse einer großangelegten Interviewstudie über Wissensmanagement in Unternehmen. Hierbei werden Schlussfolgerungen zur Entwicklung von „culture aware systems“ gezogen.

Beitrag 4 mit dem Titel: Bestands- und Bewegungsdaten im Web 2.0

Autoren: Martin Böhringer, Rico Pommerneke

Zusammenfassung: In diesem Artikel wird das Web 2.0 aus Sicht des klassischen Informationsmanagements betrachtet. Konkret erfolgt eine Einteilung in Bestands- und Bewegungsdaten und es werden Implikationen für Web 2.0-Anwendungen abgeleitet.

Beitrag 5 mit dem Titel: Interacting with Activity Streams

Autoren: Simon Nestler, Benjamin Elixmann, Stephan Herrlich

Zusammenfassung: Obwohl “activity streams” bereits intensiv im Web 2.0 genutzt werden, so sind sie doch im organisationalen Kontext noch nicht etabliert. Für eine Nutzung im Unternehmen ist es wichtig den Nutzer in das Zentrum der Überlegungen zu stellen. Für den Nutzer sind simple Informationsklassifizierungs- und –filterungs-Möglichkeiten essentiell, um Informationen in Unternehmen zu beurteilen.

Beitrag 6 mit dem Titel: Ziele der Einführung von Corporate Social Software

Autoren: Sebastian Müller, Alexander Richter

Zusammenfassung: Eine besondere Charakteristik von Social Software ist deren Nutzungsoffenheit. Hier bietet es sich an, sich an den formulierten Zielen von Unternehmen zu orientieren, die bereits erfolgreich eine Plattform eingeführt haben. Das Ergebnis von 24 Fallstudien kann eine geeignete Basis für die Definition in anderen Unternehmen darstellen.

Beitrag 7 mit dem Titel: Vorgehensweise bei der Einführung von Enterprise 2.0

Autoren: Michael Dekner

Zusammenfassung: Eine sorgfältige Planung und begleitete Einführung von Enterprise 2.0 kann helfen die Akzeptanz zu gewährleisten. Um einen Überblick über die Maßnahmen zur Einführung kollaborativer Software-Lösungen zu gewinnen wurde in Interviews erhoben welche Vorgehensweisen in der Praxis existieren.

