

Informationen zur
Gesellschaft für
Wissensmanagement
siehe Anhang

Megatrend Enterprise 2.0:

Das Phänomen der Enterprise Social Network Plattformen.
Vortrag im Rahmen des Symposium des Berufsverbandes der
Datenschutzbeauftragten Deutschlands (BvD) e.V.,
Hans-Georg Schnauffer, Nürnberg 22. Oktober 2015

gfwm
Gesellschaft für
Wissensmanagement e.V.

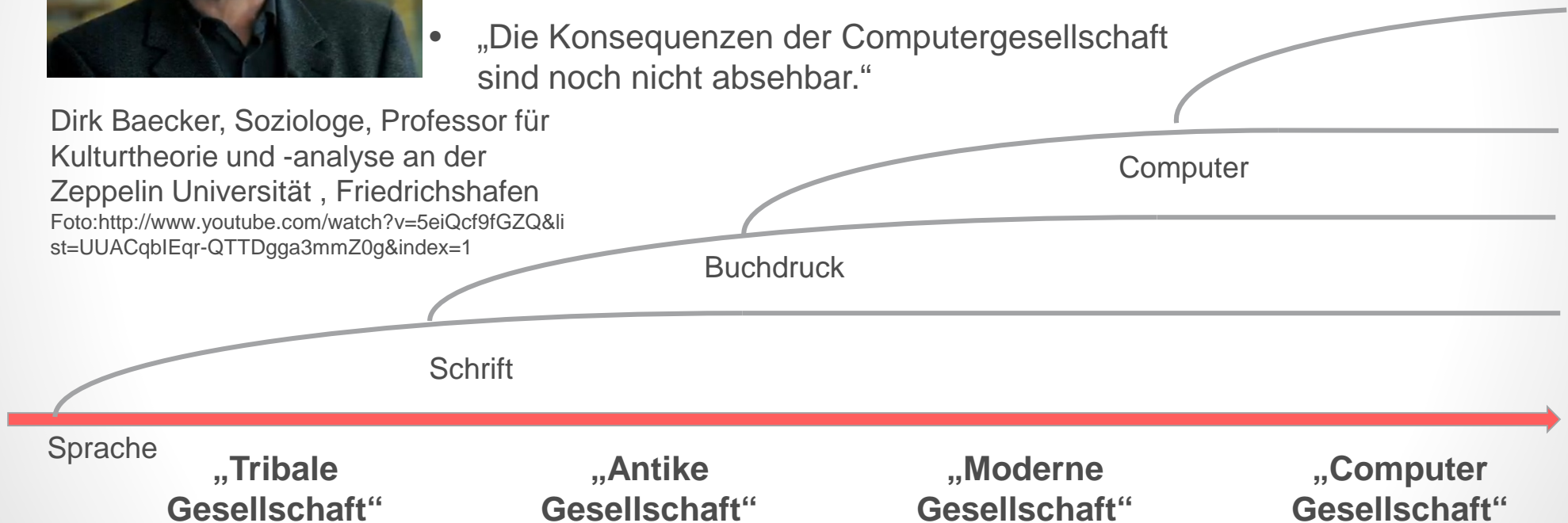
Die Veränderungen der „2.0-isierung“ stehen erst am Anfang



- „Für jede Form der Gesellschaft gibt es ein dominierendes Verbreitungsmedium der Kommunikation.“
- „Jedes Auftreten eines neuen Verbreitungsmediums schafft neue Möglichkeiten und führt damit zu einer Überforderung der bisherigen Gesellschaftsform.“
- „Die Konsequenzen der Computergesellschaft sind noch nicht absehbar.“

Dirk Baecker, Soziologe, Professor für Kulturtheorie und -analyse an der Zeppelin Universität, Friedrichshafen

Foto: <http://www.youtube.com/watch?v=5eiQcf9fGZQ&list=UUACqblEqr-QTTDgga3mmZ0g&index=1>



Quelle: Studien zur nächsten Gesellschaft. Dirk Baecker 2007.

Siehe Video bei Youtube <http://www.youtube.com/watch?v=Wep6R-IOW-E>

Wo steht die Digitalisierung heute?



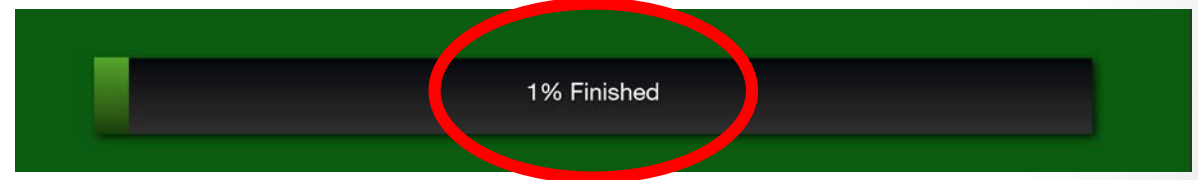
Tim Bruysten,
Professor und Fachbereichsleiter für
Gamedesign an der MD.H University
of Applied Science, Düsseldorf und
geschäftsführender Gesellschafter
der richtwert GmbH, sowie der
intelligence GmbH.

Foto: <http://bruysten.com/>

19??



2015



Quelle: <http://docslide.de/leadership-management/bitkom-vortrag-von-prof-bruysten-im-ak-kmbc.html>

Open Innovation bei Lufthansa Cargo

Ziel: Verbesserung der Customer Experience



Kategorien Kundenerfahrung, Loyalität, Kommunikation und „Blackbox“:
750 Ideengeber aus 100 Ländern,
432 Ideen, 3000 Bewertungen und
4000 Kommentare!

This screenshot shows the main content area of the Lufthansa Cargo website. On the left, there is a welcome message: 'Welcome to the 2nd Air Cargo Innovation Challenge'. Below this, it says 'Dear Air Cargo Community,' and provides a thank-you message for the previous year's contest. A 'Click here' link is provided for more information. Below the text are three numbered steps: '1 Get started', '2 Submit', and '3 Discuss &'. On the right side, there is a 'Jury' section featuring a photo of a jury member and a 'Jury Twitter' link. The main part of the page is a grid of idea submissions. Each submission includes a small image, the title, the author's name, a star rating, the number of comments, and the number of visits. One submission titled 'Terminology' by 'FrequentFlyer74' is circled in red. A red box highlights a grid of these idea submissions. To the right of this grid, there is a list of three bullet points: 'Beschreibung', 'Bewertung', and 'Diskussion'. The page number 'Page: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11' is visible at the bottom of the grid.

- Beschreibung
- Bewertung
- Diskussion

Gewinner

Alle ersten drei Preisträger kamen aus fremden Bereichen, bzw. Bereichen, die nicht direkt verantwortlich waren.

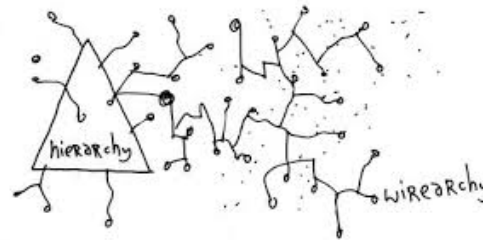
Quelle: KnowTech-Vortrag 09.10.2013 Pfeifer / Gebauer sowie <https://innovation.lufthansa-cargo.com/>

Megatrend „Digitalisierung“: Tayloristische Organisationen werden Enterprise 2.0

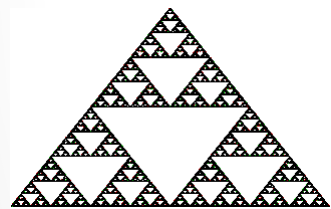


Virtual Organization

Grafik: <http://oale2group.wikispaces.com/3.+Virtual+Organization+Structure+and+Culture>

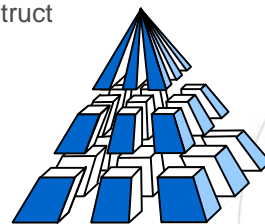


Bildnachweis: business-illustrationen.de



Fractal Organization

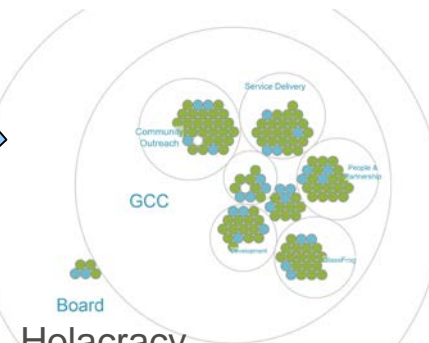
Grafik: <http://peter-dixon.staff.shef.ac.uk/teaching/PMA443/PMA443.HTM>



Matrix-/ Tensor Organisation

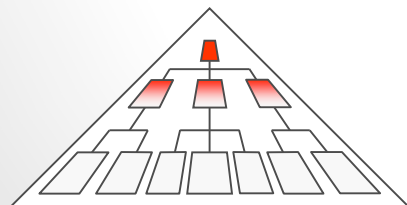


Boundaryless Organization



Holacracy

Grafik: <https://glassfrog.holacracy.org/organizations/5>



Definition „Enterprise 2.0“

McAfee (2006):

„Enterprise 2.0 is the use of emergent social software platforms within companies, or between companies and their partners or customers.“

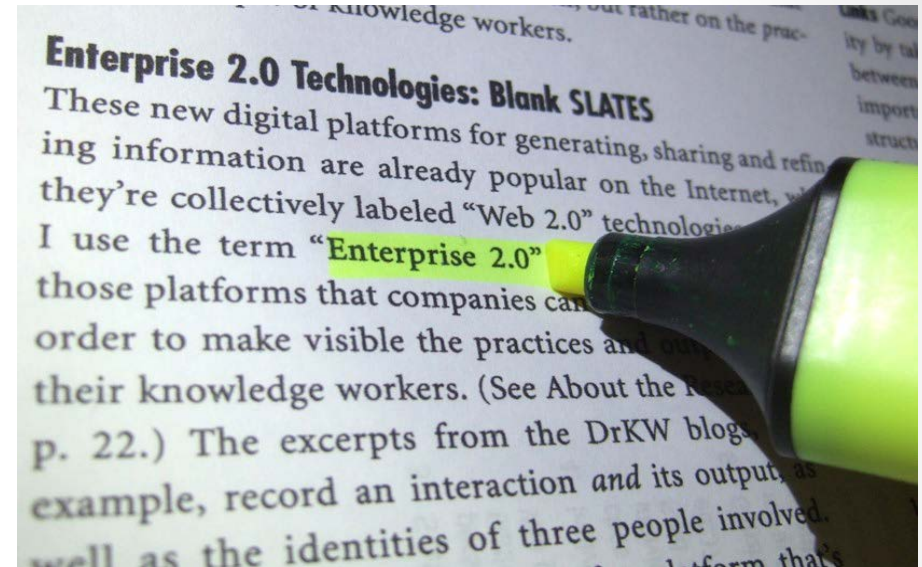
Quelle: http://andrewmcafee.org/2006/05/enterprise_20_version_20/

Das heutige Verständnis reicht deutlich weiter:

Eine Organisation ist dann ein Enterprise 2.0, wenn es ihr gelingt, in ihr Entscheiden und Handeln das jeweils situativ relevante Wissen ihrer Mitarbeiter systematisch einzubeziehen – als Ergänzung (nicht in Konkurrenz!) zum Wissen und den Kompetenzen der formalen Organisation.

Social Software Plattformen spielen dabei häufig eine zentrale Enabler-Rolle.

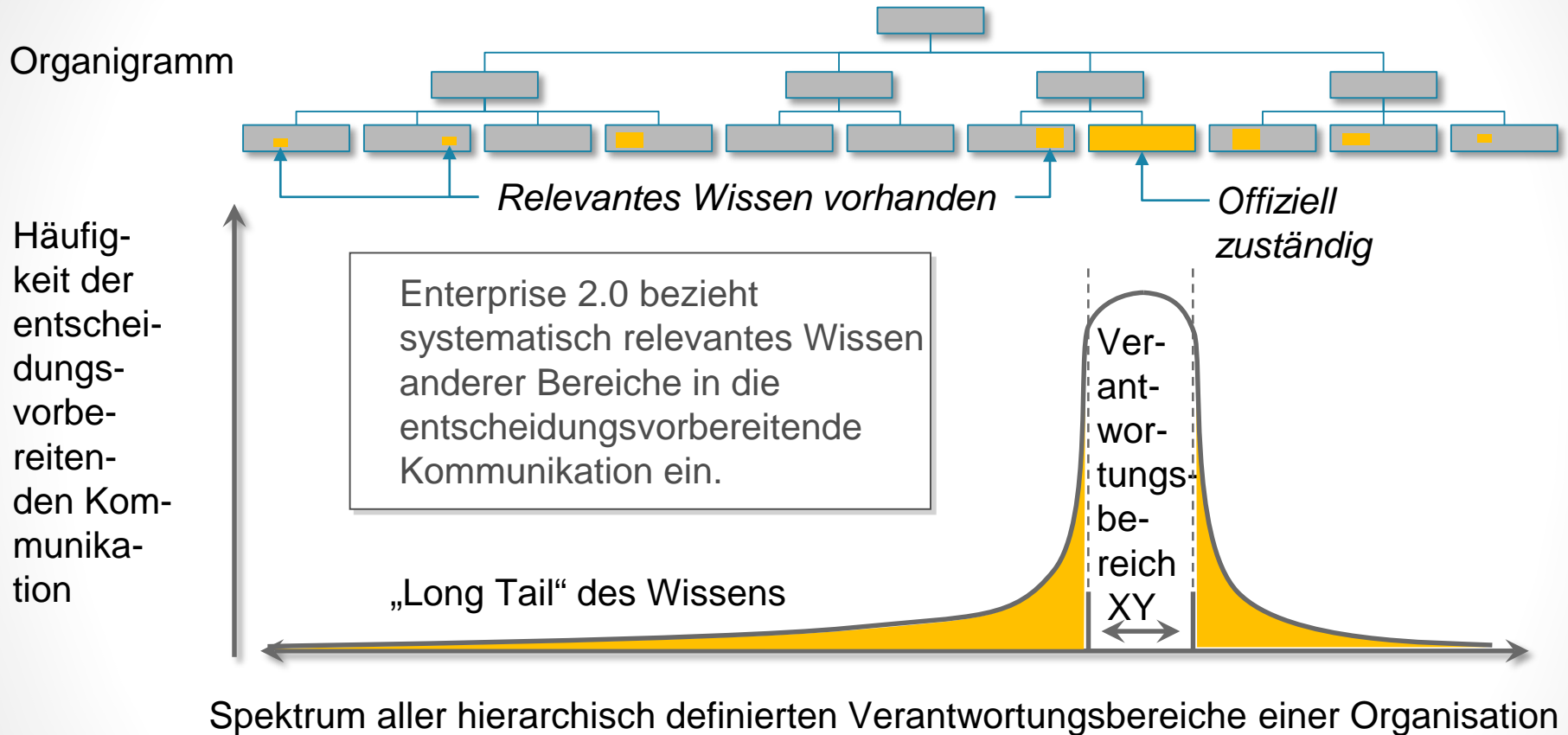
Quelle: H.-G. Schnauffer, hr today Special 1/2014, S. 26.



Ein Enterprise 2.0 ist NICHT:

- hierarchiefrei
- basisdemokratisch
- chaotisch

Mehrwert: Enterprise 2.0-Unternehmen (können) wissen, was sie wissen



Mehrwert des
Enterprise 2.0

Der »Longtail des Wissens« ist der entscheidende zusätzliche Wertschöpfungsfaktor, der im Enterprise 2.0 freigesetzt wird.

Status Quo: “Businesses have digitized, but not transformed”

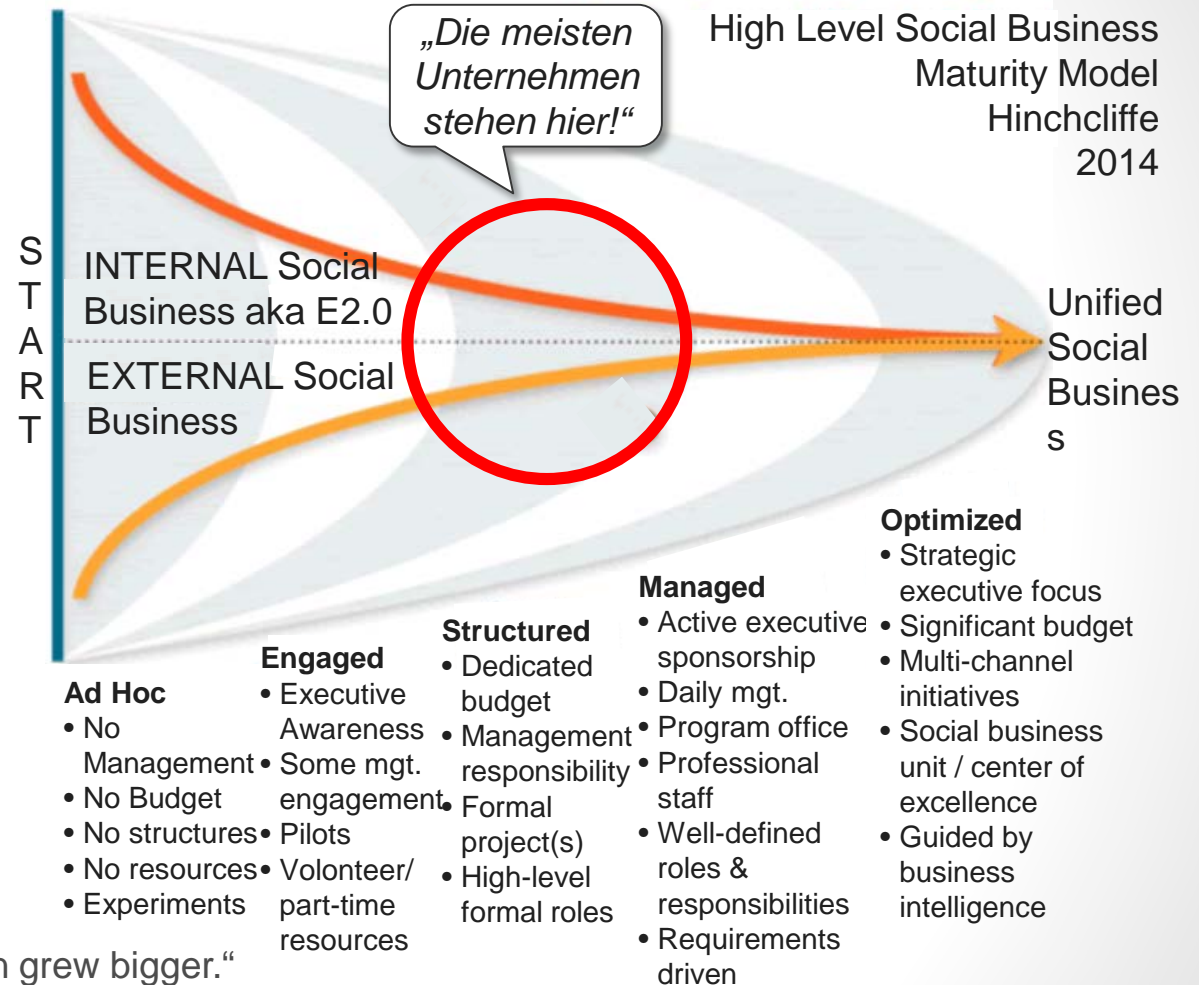


Dion Hinchcliffe, Chief Strategy Officer at Adjuvi.com, Autor von „Social Business by Design: Transformative Social Media Strategies for the Connected Company”

Foto: http://www.computerweekly.com/blogs/enterprise-social-software/pics/2008/CRW_7449_2.jpg

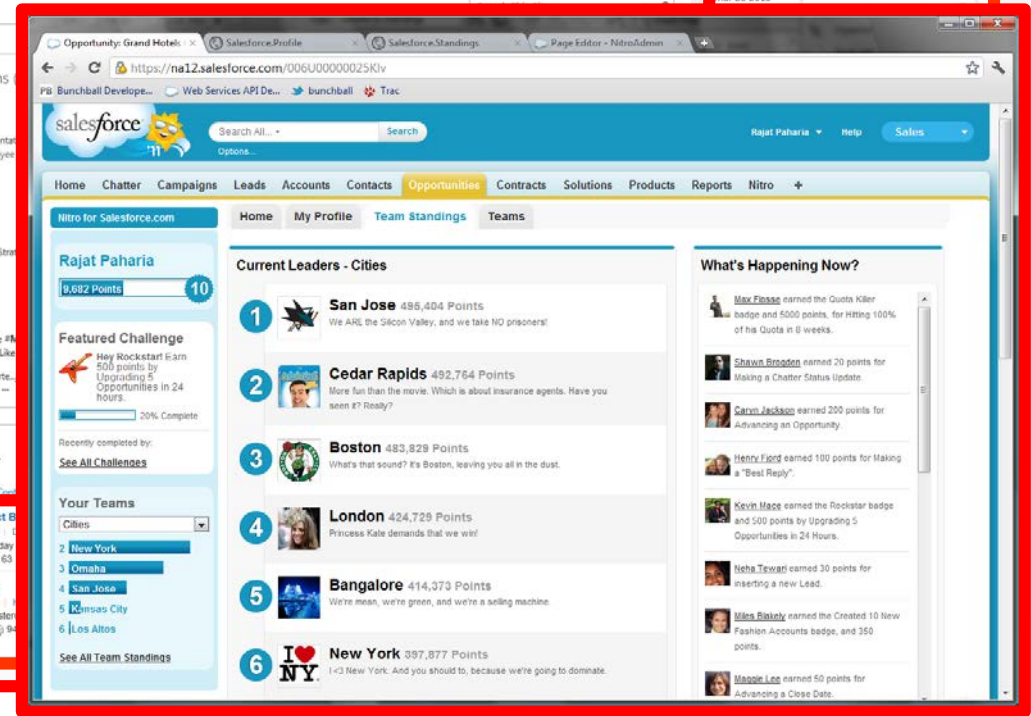
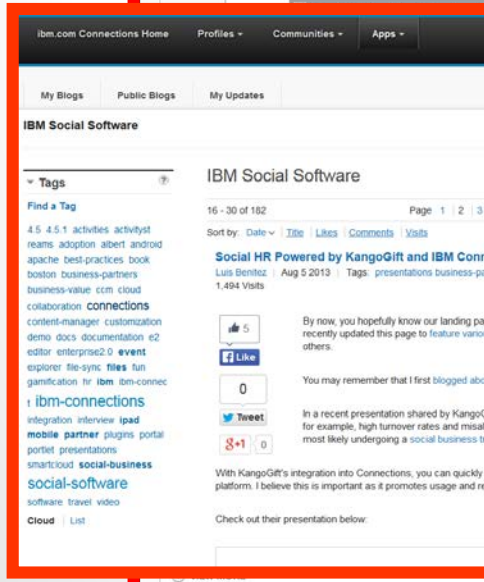
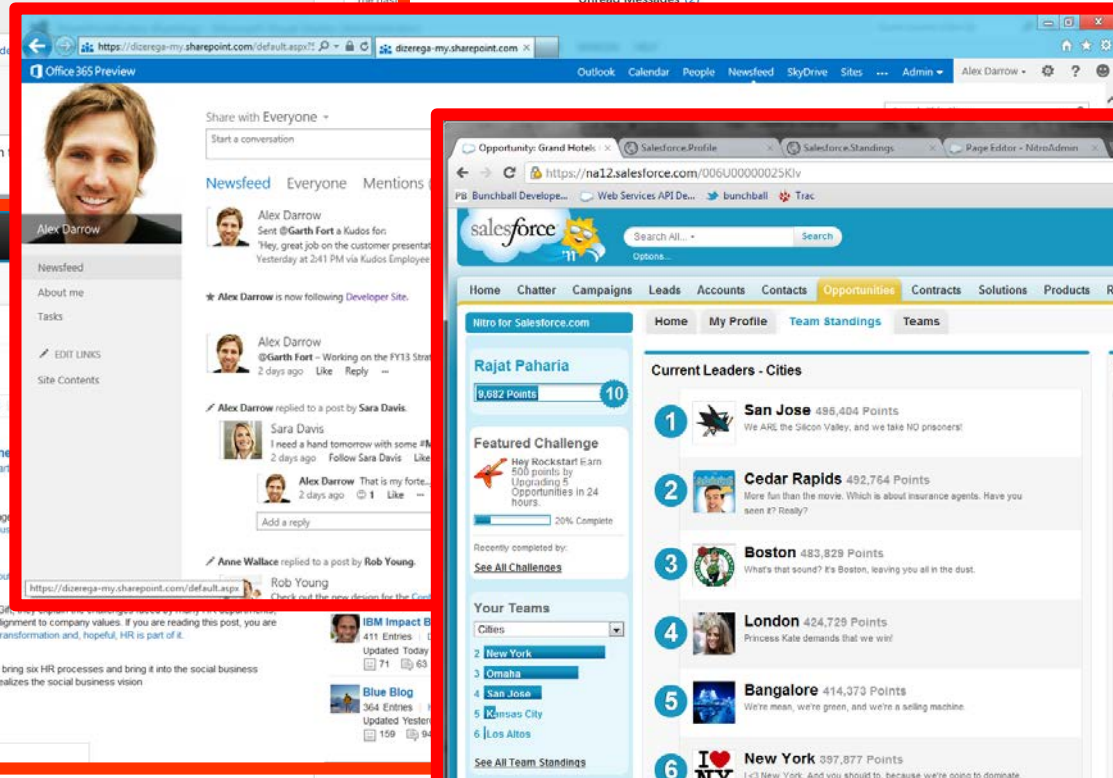
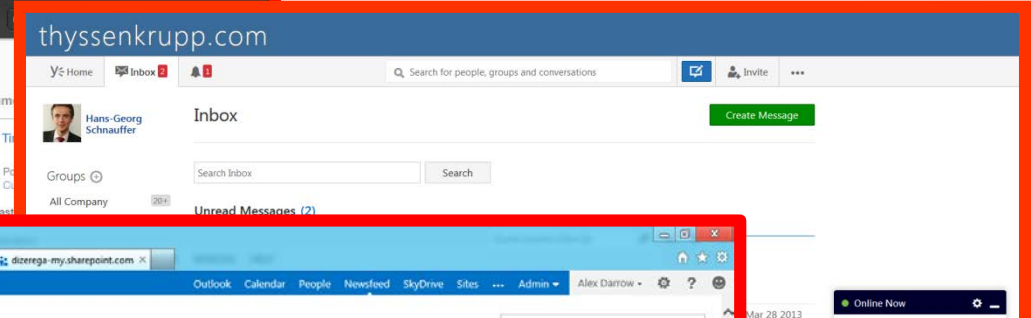
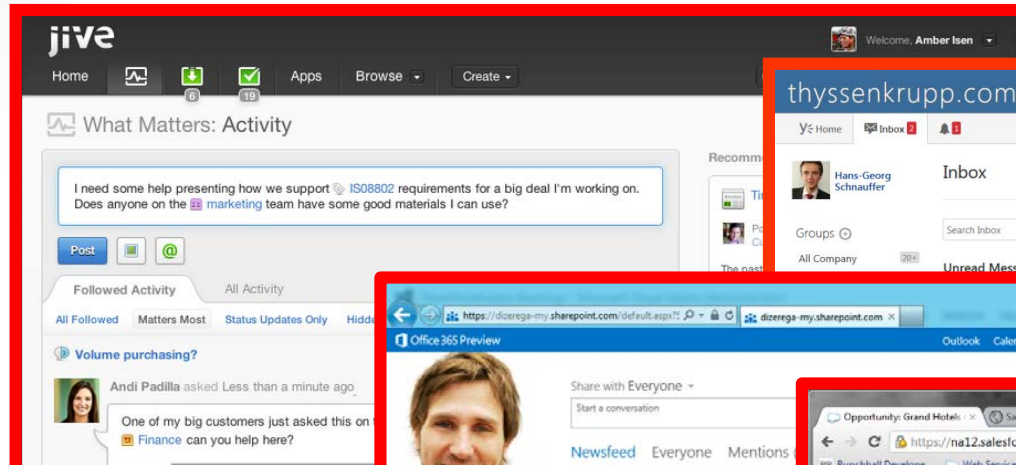
- „In the last years the gap between leaders and the laggards in social business adoption grew bigger.“
- „This is bringing change highly unevenly to the business world, adding further turbulence to the marketplace.“

Quelle: <http://www.cebitsocialbusiness.de/videos/p/vid/28707-QsMxn3liczA.html>



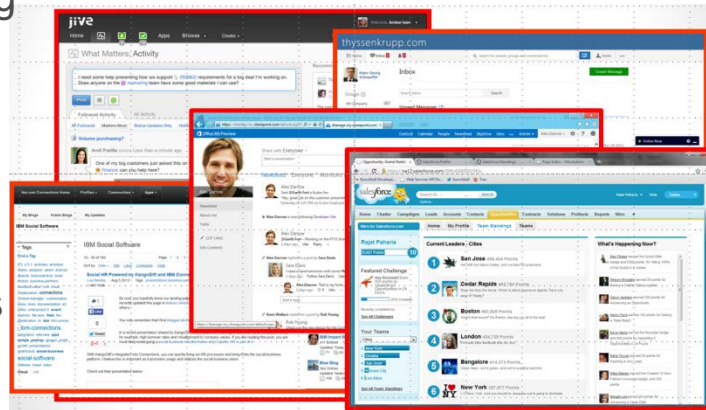
Enterprise Social Network Plattformen

Beispiele: Jive, Connections, Sharepoint...



Typische Funktionsumfänge von Enterprise Social Network Plattformen

Broadcasting	Newsfeeds, Updates	Funktionsbausteine (Webservices, App's)	Personalisierte Inhalte, Profile, Beiträge, Blogs,
Content Redaktionssystem			
Q n'A (Fragen & Antworten)	Benachrichtigungen		Empfehlungen / Recommendations
Hypertext, Dateien, Bildern, Videos	Bewertungen Voting	Rankings Wikis	Activity Streams
			Meine Kontakte
Single Sign On			Meine Communities
Ansprechpartner			RSS Feeds
Yellow Pages	Redaktionelle Content-Channels		Internal Youtube
Zentrales Customizing			Tag Clouds
			Event-Mgt.
Gruppenverwaltung	Statusmeldungen	Social Bookmarks	Microblogging
Zugriffsrechte, Identity Mgt.	Versionierung Web-Conferencing	Instant Messaging und Erreichbarkeitsstatus	Social Filesharing
Chats	Collaboration- Fkt. (Task-Mgt., File-Mgt., Project-Mgt., etc.)	Navigation thematisch	Fluide Rollen (Nutzer, Redakteur, Community-Moderator, etc.)
Diskussionen		Screen-Sharing	
Reports, Monitoring	Foren	Kommentare und Feedback-Funktionen	Tag-Clouds
			Social Network Analysis



Typische Nutzenkategorien des Enterprise 2.0

Beschleunigung von
Prozessen

Bessere Innovations-
und Problemlösefähigkeit

Erschließung von Crowd
Energy und
Schwarmintelligenz

Mehr Wissen über das
Unternehmen und
dessen Produkte

Verbesserte
Kooperationsfähigkeit

Bessere
Komplexitätsbewältigung



Stärkung der
Selbstberatungsfähigkeit
der Organisation

Herstellung der
Generation Y-
Fähigkeit

Unterstützung der
Mitarbeitermotivation

Bessere Entwicklung und
Vermarktung immaterieller
Produkte (Dienstleistungen)

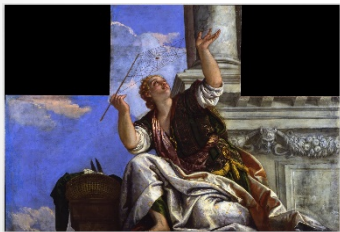
Kompetenzentwicklung
und Handlungsfähigkeit
der Mitarbeiter

Unterstützung von
Kompetenz- und
Talentmanagement

Enterprise Social Networks haben kein »Zentrum«



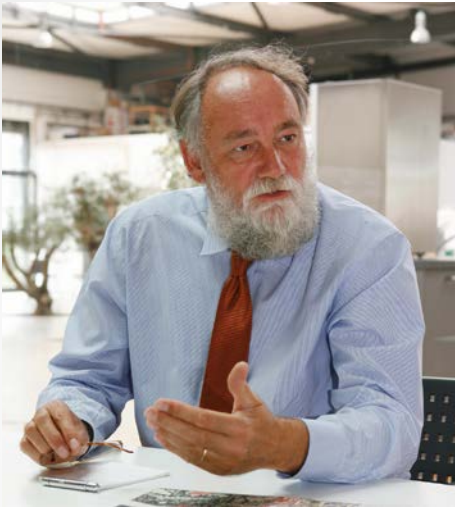
Dialectic or Industry (cobweb), by Paolo Caliari known as Veronese, 1575 - 78, oil on canvas, 150 x 220 cm, from a painting cycle in the Sala del Collegio (No. 15), Palazzo Ducale, Venice.



Vernetzung im
Enterprise 2.0

Enterprise Social Networks sind Alle-zu-Allen-Netzwerke – nicht Alle zum Zentrum.

Peter Kruse: “Wir leben in einer Resonanzgesellschaft!”



Prof. Dr. Peter Kruse,
Psychologe,
Unternehmensberater und
Experte für Netztheorien

Bild:<http://blog.zdf.de/hyperland/2011/08/glaubenskrieg-der-digitalwelten/>

*„Aufgrund der Durchdringung des Internets
entsteht ein generell wachsendes Bedürfnis,
sich aktiv zu beteiligen.“*

Quelle: Beitrag zur öffentlichen Anhörung am 5. Juli 2010 der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft.
Prof. Dr. Peter Kruse, nextpractice Bremen

Das Enterprise 2.0 virtualisiert Grundmuster der Kommunikation

Selbstdarstellung,
persönliche Vorstellung:
„Das bin ich!“

Kontaktaufnahme „Gerne
möchte ich mit ihnen..“

Rundruf: „Kennt
jemand...“,

Am Ball bleiben
 („Following“): „Ich möchte
wissen, was läuft!“

**Wissens- und
Kompetenzdarstellung**:
„Das kann ich...“

Statusdarstellung: „Das
mache ich gerade...“

**Problemstellung und
Antworten**: „Ich habe ein
Problem, wie macht man
das?“

Kommentar: „Das kann
ich nur bestätigen.“ bzw.
„Das sehe ich anders!“

Quelle: eigene Darstellung



Zuruf: „Hallo, wie war
das noch?!“ oder
„Wusstest Du schon,
dass...“

Weitersagen („Re-
tweeten“): „Das müsst Ihr
sehen...“, „Wusstet Ihr
schon, dass...“

**Gruppen
aufbauen**:
„Kommt, wir
machen alle...“

**Gespräche, Dialoge und
Diskussion führen**: „Wenn
wir A sagen, dann wäre B...“

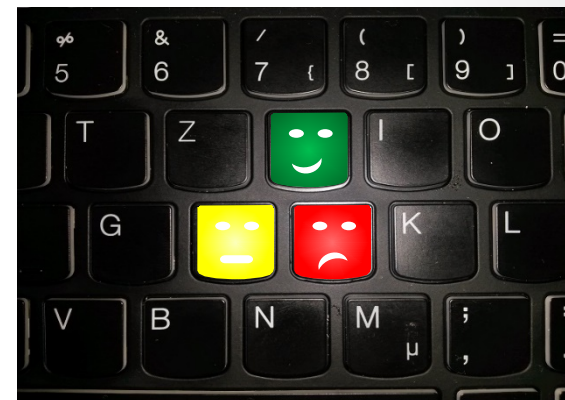
Abstimmen: „Wer ist für...?“
bzw. „Was könnte dem
Kunden besser gefallen...“

Bewerten: „Gefällt mir!“, „Hat
mir geholfen!“, Sterne, etc.

Der „Work out loud“ – Wirkmechanismus im Enterprise 2.0

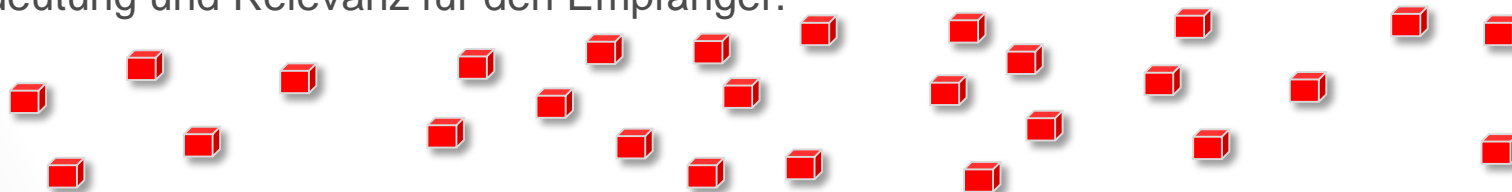


© 2012 Jostle Corporation



- Enterprise Social Networks erzeugen eine unternehmensweite Reichweite individueller Beiträge bei gleichzeitiger Filterung nach Bedeutung und Relevanz für den Empfänger.

- Die Empfänger wiederum geben Feedback, klicken sich in die Kommunikation ein oder bewerten Beiträge.



Enterprise 2.0

Im Enterprise 2.0 entsteht ein permanentes unternehmensweites Mithören / Mitlesen / Über-die-Schulter-schauen, Ideen austauschen und Lernen.

Quelle: eigene Darstellung

Eckpfeiler des Enterprise 2.0: Persönliche Profile als Cockpit der virtuellen Assistenz

Persönliche Profile 2.0



Moderne Persönliche Profile enthalten:

- CV, Ausbildung, Berufliche Stationen
- Kompetenzen, Qualifikationen, Erfahrungen, Referenzen, Auszeichnungen
- Interessen, Ziele, Kontakte, Netzwerk, Communities
- Aktivitäten, Blogs, News, Updates, etc.

Mit seinem Profil steuert der Mitarbeiter:

- Was er wem zeigt
- Was er automatisch erfährt
- Was er broadcastet / pointcastet
- Welche Reichweite was hat, etc.

Schlüsselfaktor
Persönl. Profile

Persönliche Profile sind der Schlüsselfaktor zur selbstorganisierten Informationslogistik im Sinne digitaler Wissens-Assistenzsysteme.

Zusammenfassung und Thesen zur Diskussion

- Die Enterprise 2.0-Werdung ist ein langsamer, fundamentaler Wandel der Wertschöpfung und Wissensarbeit, der alle Organisationen durchdringt.
- Enterprise Social Networks sind eine multifunktionale und nicht determinierbare infrastrukturelle Basis für ein Ökosystem der digitalisierter Wissensarbeit und -assistenz.
- Persönliche Profile werden zum „Cockpit“ des Mitarbeiters hinsichtlich seiner Informationsversorgung und Vernetzung – und damit letztlich zu seiner Wissensproduktivität!
- Aktuell gibt es kaum etablierte unternehmensübergreifende Orientierungsmöglichkeit, was aus Sicht des Datenschutzes, der Mitbestimmung und des Arbeitsrecht grundsätzlich machbar ist.
- Viele Unternehmen arbeiten aktuell selbst aus, was wie dargestellt, erfasst und verwendet werden darf. Hypothese: ein signifikanter Teil dieses Prozesses dürfte vergleichbar sein sowohl hinsichtlich der Fragestellungen, als auch der Tools und auch der Lösungsansätze.
- Aufgrund der Entwicklungen in vielen Unternehmen dürfte es inzwischen zahlreiche Datenschutzbeauftragte geben, die über weitreichende Erfahrungen verfügen. Was sind die gemeinsamen Muster und Knackpunkte?



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit !

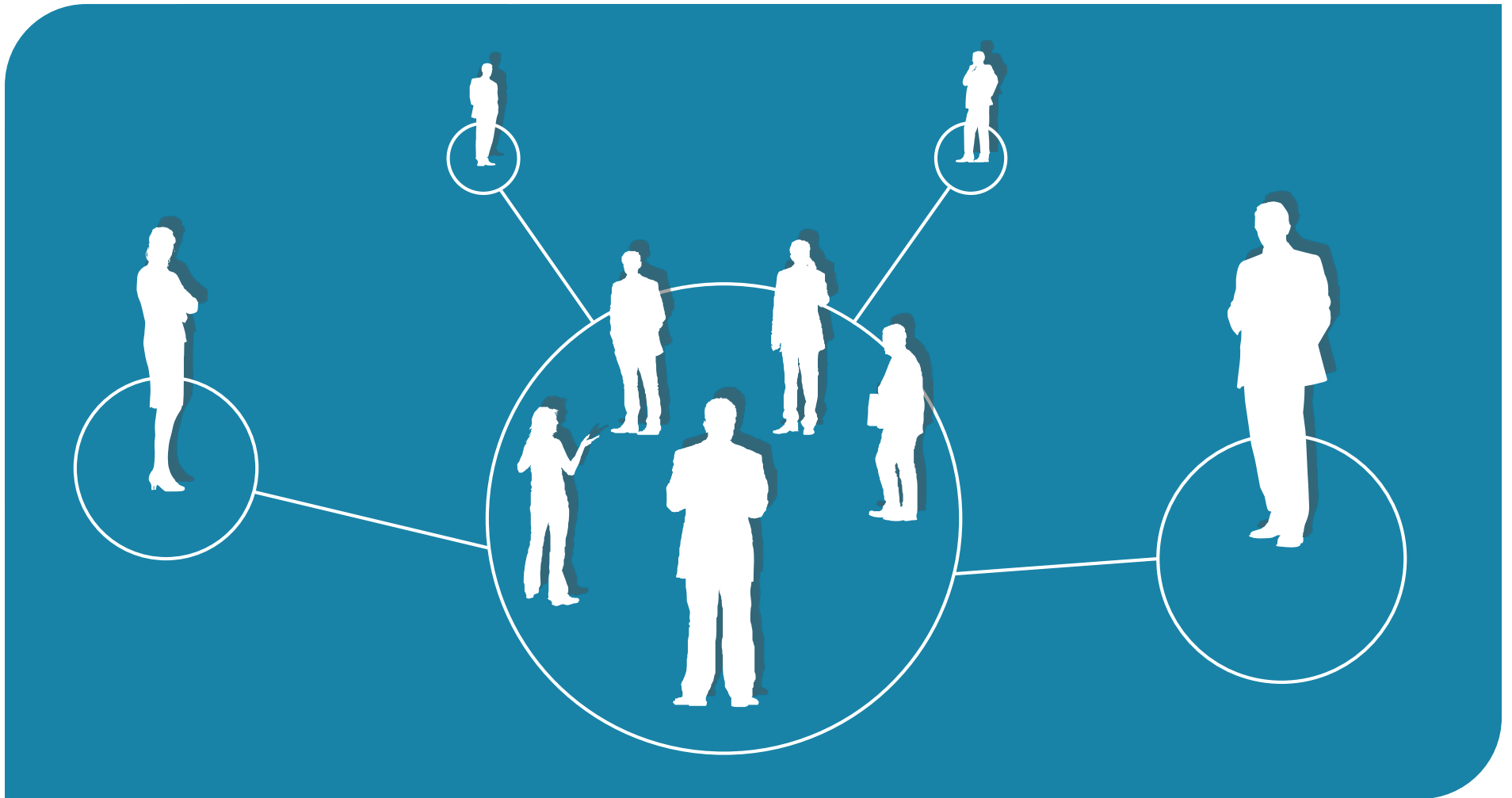
Kontakt:

hans-georg.schnauffer@gfwm.de

Profil:

https://www.xing.com/profiles/georg_schnauffer/

Zu weiteren Informationen siehe auch das
Whitepaper **Wissensmanagement und
Enterprise 2.0** der Gesellschaft für
Wissensmanagement unter www.gfwm.de



Vorstellung der Gesellschaft für Wissensmanagement

gfwm
Gesellschaft für
Wissensmanagement e.V.

Unsere Mission

„Die Gesellschaft für Wissensmanagement e. V. (GfWM) unterstützt den professionellen und verantwortungsbewussten Umgang mit Wissen. Wir fördern die Weiterentwicklung von Wissensmanagement in Theorie und Praxis im Dialog zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung, Politik und Gesellschaft.“



Unsere Ausrichtung



Regional verteilt und überregional verbunden

Die GfWM ist das aktivste regional verteilte und überregional verbundene Netzwerk von Akteuren im Wissensmanagement im deutschen Sprachraum.

Verankerung von Wissen als erfolgs- kritischer Faktor

Die GfWM zielt auf die Verankerung der großen Bedeutung von Wissen als erfolgskritischen Faktor im Bewusstsein der Entscheider.

Fachliche Weiterentwicklung

Die GfWM erarbeitet fachliche Grundlagen für das Thema Wissensmanagement.

Förderung des professionellen Umgangs

Die GfWM betont eine ganzheitliche Sicht auf das Wissensmanagement und bündelt Expertise.



Offenheit, Ideologie- freiheit und einen interdisziplinären Ansatz

Vielfalt der Aspekte,
Vernetzung von
Theorie und Praxis

Unabhängigkeit und Nicht-Kommerzialität

Die GfWM ist keine
Interessenvertretung
bestimmter Berufsgruppen
oder Branchen und ist auch
nicht einem einzelnen
Gönner verpflichtet.

Kontinuität und Vertrauen

Innerhalb des Vereines
unterstützen wir uns und
tauschen uns aus. Wir treffen
uns in den Regionen und
pflegen die aktive Arbeit in
den GfWM-Teams.
Kontinuität schafft Vertrauen.

Regionale Verankerung

Die GfWM ist in vielen
Ballungsräumen
Deutschlands mit eigenen
Veranstaltungsformen oder in
Kooperationen mit Partnern
anzutreffen.

Die GfWM vernetzt Wissensmanagement-Experten und -Interessenten bundesweit

Der Dialog zwischen Menschen in der Region ist die beste Möglichkeit Wissen auszutauschen und zu vernetzen...

- durch den regelmäßigen interdisziplinären Austausch zum Thema Wissensmanagement
 - i.d.R. alle 4 – 8 Wochen, durch einen Koordinator organisiert und moderiert
- durch die Förderung des fachlich-methodischen Wissenstransfers zwischen Theorie und Praxis
 - Vorträge / Diskussionen sowie persönliches Networking
- durch die Möglichkeit, Kompetenzen der Mitglieder zu erweitern und Impulse für fachliche Vertiefungen zu geben
 - Impulsvorträge, Diskussionen, interaktive Formate wie z.B. Un-Conference, Fishbowl
- durch den Aufbau und die Pflege persönlicher Kontakte

gfwm
regional



Unsere halbjährliche Fachpublikation: die »gfwm THEMEN«

