



Enterprise 2.0

Analyse zu Stand und Perspektiven
in der deutschen Wirtschaft

■ Impressum

Herausgeber:	BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. Albrechtstraße 10 A 10117 Berlin-Mitte Tel.: 030.27576-0 Fax: 030.27576-400 bitkom@bitkom.org www.bitkom.org
Ansprechpartner:	Dr. Mathias Weber 030.27576-121 m.weber@bitkom.org
Redaktion:	Dr. Mathias Weber
Autoren:	Jörg Leibhammer, BITKOM e.V. Dr. Mathias Weber, BITKOM e.V.
Mitwirkung	Sophia Rünzel, BITKOM e.V. Nina Neuwirth, ORACLE Deutschland GmbH Elmar Neuwirth, ORACLE Deutschland GmbH
Gestaltung / Layout:	Design Bureau kokliko / Anna Müller-Rosenberger (BITKOM)
Copyright:	BITKOM 2008

Enterprise 2.0

Analyse zu Stand und Perspektiven
in der deutschen Wirtschaft

Inhaltsverzeichnis

1	Management Summary	4
2	Zielstellung der Studie, empirische Basis, Methoden	6
2.1	Zielstellung und Einordnung	6
2.2	Empirische Basis – Umfang und Struktur	6
2.3	Fragebogen, Datenerhebung und Auswertung	7
3	Enterprise 2.0 – Nutzenkomponenten, Relevanz, Investitionen, Einfluss auf den Unternehmenserfolg	8
3.1	Enterprise 2.0 – Nutzenkomponenten	8
3.2	Enterprise 2.0 – Beginn der Sensibilisierung	10
3.3	Enterprise 2.0 – Bedeutungszunahme	10
3.4	Enterprise 2.0 als Investitionsschwerpunkt	10
3.5	Enterprise 2.0 – Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg	11
4	Technologien des Web 2.0 – Einsatzschwerpunkte	12
4.1	Web-2.0-Technologien – Einsatz und Planungen	12
4.2	Enterprise 2.0 und Betriebsgröße	13
4.3	Enterprise 2.0 und Unternehmensstandorte	15
4.4	Enterprise 2.0 und Budgetierung	16
4.5	Enterprise 2.0 und Branchenzugehörigkeit	16
4.6	Enterprise 2.0 und Einsatzebene	17
5	Enterprise 2.0 – Effekte, Barrieren, Unternehmenskultur	18
5.1	Effekte von Enterprise 2.0 – Gesamtsicht	18
5.2	Effekte von Enterprise 2.0 und Budgetierung	19
5.3	Enterprise 2.0 – Barrieren für den Wandel	20
5.4	Barrieren in verschiedenen Branchen	20
5.5	Enterprise 2.0 und Unternehmenskultur	21
6	Anlage 1: Aufbau des Fragebogens	23
7	Anlage 2: Befragungsgesamtheit	28
7.1	Kodierung qualitativer Merkmale	28
7.2	Befragungsteilnehmer	28

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nutzenkomponenten von Web 2.0 - Relevanz	9
Abbildung 2: Nutzenkomponenten von Web 2.0 – Relevanz (Häufigkeiten der Kategorien)	9
Abbildung 3: Beginn der Beschäftigung mit Enterprise 2.0	10
Abbildung 4: Bedeutungszunahme von Web-2.0-Technologien in Unternehmen	10
Abbildung 5: Enterprise 2.0 als Investitionsschwerpunkt	10
Abbildung 6: Bewertung der Auswirkungen von Web 2.0 auf den Unternehmenserfolg	11
Abbildung 7: Web-2.0-Einsatz in befragten Unternehmen	12
Abbildung 8: Web-2.0-Einsatz in befragten Unternehmen: produktive Nutzung bzw. Vorbereitung	13
Abbildung 9: Web-2.0-Einsatz in befragten Unternehmen und Betriebsgröße	13
Abbildung 10: Technologienutzung nach Standortverteilung	15
Abbildung 11: Web 2.0 und Budgetierung	16
Abbildung 12: Web 2.0 in verschiedenen Branchen	16
Abbildung 13: Ebenen des Einsatzes von Enterprise 2.0	17
Abbildung 14: Stärke der Effekte von Enterprise 2.0	18
Abbildung 15: Bewertung der Auswirkungen von Enterprise 2.0	19
Abbildung 16: Effekte und Budgetierung	19
Abbildung 17: Barrieren für den Wandel zum Enterprise 2.0	20
Abbildung 18: Barrieren für Enterprise 2.0 in den Branchen	20
Abbildung 19: Barrieren für Enterprise 2.0 und Betriebsgrößen	21
Abbildung 20: Bewertung des Einflusses von Enterprise 2.0 auf die Unternehmenskultur	21
Abbildung 21: Bewertung der Relevanz von Enterprise 2.0 für Technologie, Organisation, Mitarbeiter und Strategie	22
Abbildung 22: Position der Befragungsteilnehmer	29
Abbildung 23: Betriebsgrößenstruktur der Unternehmen und Organisationen	30
Abbildung 24: Mitwirkende Organisationen - Zahl und Verteilung der Standorte	30

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nutzenkomponenten von Enterprise 2.0	8
Tabelle 2: Technologienutzung in Unternehmen verschiedener Größenklassen	15
Tabelle 3: Kodierung der Kategorien	28
Tabelle 4: Branchenstruktur in der Befragungsgesamtheit	29

1 Management Summary

Enterprise 2.0	Weltweit werden Überlegungen angestellt, wie die Web-2.0-Technologien, die im privaten Bereich eine phänomenale Ausbreitung gefunden haben, auch im geschäftlichen Umfeld nutzbringend einzusetzen sind. Dafür hat sich der Begriff Enterprise 2.0 durchgesetzt.
Ziel	Mit der vorliegenden Studie will der BITKOM Entscheidungsträgern fundierte Informationen zu Stand und Perspektiven von Enterprise 2.0 in deutschen Unternehmen und Organisationen zur Verfügung stellen.
Positionierung	Die empirische Analyse ergänzt und konkretisiert das BITKOM-Positionspapier „Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0: Neue Unternehmensphilosophie gewinnt Konturen“ (August 2008). Das Positionspapier charakterisiert Enterprise 2.0 als eine ganzheitliche Unternehmensphilosophie, die auf Selbstorganisation, flache Hierarchien und Partizipation setzt. Es thematisiert u.a. die neue Rolle von Unternehmensführungen, neue Freiräume für die Mitarbeiter, die Unternehmenskultur, Einführungsstrategien und Aufgaben bei der Integration von Web 2.0 in die bestehende Unternehmens-IT. Auf dem Weg zum Enterprise 2.0 durchlaufen Unternehmen einen tiefgründigen Wandel. Web 2.0 ist Voraussetzung für Enterprise 2.0 – Enterprise 2.0 ist jedoch deutlich mehr als Web 2.0.
Empirische Basis	Eine vom BITKOM durchgeführte Online-Befragung bildet die Grundlage der vorliegenden Studie, die aus den Aktivitäten des Arbeitskreises Knowledge Engineering & Management erwächst. An der Befragung beteiligten sich über 400 Teilnehmer – mehrheitlich Entscheider – vorrangig aus der Informationswirtschaft, dem Produzierenden Gewerbe, der Branche Finanzierung / Vermietung / Unternehmensdienste sowie aus der Branche Öffentliche und private Dienstleistungen.
Bedeutung	Mit der Aussage „Web-2.0-Technologien werden in unserem Unternehmen an Bedeutung gewinnen“ identifizieren sich 87,4% der Befragten „voll und ganz“ bzw. „eher“.
Unternehmenserfolg	62% der Befragten konnten bereits grundsätzlich positive Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg feststellen.
Nutzen	Unter den Nutzenkomponenten von Web 2.0 weisen die Befragten der Bereitstellung von Inhalten durch Nutzer die höchste Relevanz zu. Es folgen die Strukturierung von Inhalten und die soziale Vernetzung.
Agenda	Fast die Hälfte der befragten Unternehmen begann die Auseinandersetzung mit Enterprise 2.0 in den Jahren 2006 oder 2007, etwa ein Drittel sogar vorher. Viele Entscheidungsträger geben also an, bereits für Enterprise 2.0 sensibilisiert zu sein. Sensibilisierung ist eine wichtige Voraussetzung, um Projekte in Richtung Enterprise 2.0 aufzusetzen, aber auch noch nicht mehr.
Frühphase	Etwa 10% der Befragungsteilnehmer bezeichnen Enterprise 2.0 als einen Investitionsschwerpunkt. Während Wikis oder Blogs mit geringem Aufwand genutzt werden können, müssen z.B. für den Einsatz von semantischen Technologien deutlich mehr Mittel investiert werden. Insgesamt hat die strategische Ausrichtung auf Enterprise 2.0 in den meisten Firmen erst begonnen.
Technologien	Wikis und Instant Messaging sind in den befragten Unternehmen weit verbreitet. Der Einsatz von Weblogs, Wikis und Tagging wird in den Unternehmen deutlich zulegen – darauf weisen die laufenden Einführungs- und Testprojekte hin. Bei semantischen Technologien wird ein bedeutender zukünftiger Einsatzschwerpunkt erkennbar. Unternehmen mit global verteilten Standorten nutzen die Web-2.0-Technologien intensiver als Unternehmen mit einem einzigen Standort.

Branchen	Unter den in der Befragung vertretenen Branchen hat Enterprise 2.0 in der Informationswirtschaft am weitesten Fuß gefasst.
Effekte	In der „effizienteren Nutzung von explizitem und implizitem Wissen“ wird zurzeit der größte Effekt von Enterprise 2.0 gesehen, gefolgt von „geringerer Aufwand zur Informationsbeschaffung“ und „verbesserte interne Kommunikation“.
Barrieren	Beim Wandel zum Enterprise 2.0 sind vielfältige Barrieren zu überwinden. Als besonders problematisch werden „zu hoher Aufwand“ und „Sicherheitsrisiken“ gesehen.
Unternehmenskultur	Die meisten Befragten erwarten insgesamt positive Auswirkungen von Enterprise 2.0 auf die Unternehmenskultur.
Mitarbeiter	Die größte Relevanz hat Enterprise 2.0 für die Mitarbeiter. Auf die Mitarbeiter sollten sich auch alle Bemühungen konzentrieren, den Wandel zum Enterprise 2.0 zu bewältigen.

2 Zielstellung der Studie, empirische Basis, Methoden

■ Zusammenfassung 1

Die Studie richtet sich vorrangig an Entscheidungsträger. Sie hat eine breite empirische Basis, die durch eine Online-Befragung von Entscheidern und anderen Experten gewonnen wurde. Zur Datenerhebung und –auswertung wurden gängige Tools eingesetzt.

■ 2.1 Zielstellung und Einordnung

Der BITKOM will Entscheidungsträgern fundierte Informationen zu Stand und Perspektiven von Enterprise 2.0 in deutschen Unternehmen und Organisationen liefern. Mit diesem Ziel hat der BITKOM eine empirische Erhebung durchgeführt, deren Resultate in der vorliegenden Studie präsentiert werden.

Die Studie ordnet sich in die Aktivitäten des BITKOM-Arbeitskreises Knowledge Engineering & Management (AK KEM) ein. Enterprise 2.0 bildet einen Schwerpunkt im Jahresplan des AK KEM und auch im Themenspektrum des Kongresses KnowTech 2008¹, der vom AK KEM fachlich begleitet wird.

Die Studie ergänzt das vom AK KEM zur KnowTech 2008 vorgelegte BITKOM-Positionspapier „Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0: Neue Unternehmensphilosophie gewinnt Konturen“ und reiht sich die Publikationsreihe des Arbeitskreises ein².

Die vorliegende Studie führt eine 2007 veröffentlichte Analyse³ fort und verbreitert die empirische Basis für Aussagen zu Stand und Perspektiven von Enterprise 2.0 in deutschen Unternehmen deutlich. Damit trägt sie dem

gestiegenen Interesse in Wirtschaft und Politik an einer vertieften Auseinandersetzung mit den Phänomenen Web 2.0 und Enterprise 2.0 Rechnung.

Die Studie richtet sich vorrangig an Entscheidungsträger, die für die strategische Positionierung und Ausrichtung von Unternehmen und Organisationen verantwortlich sind. Sie gibt Antworten auf Fragen wie:

- Welche Rolle spielen die Web-2.0-Technologien in Unternehmen?
- Welche Web-2.0-Technologien werden in Unternehmen erfolgreich eingesetzt?
- Welche Erwartungen knüpfen Unternehmen an Web 2.0 und Enterprise 2.0?

■ 2.2 Empirische Basis – Umfang und Struktur

Insgesamt wurden für die Befragung über 400 Teilnehmer⁴ gewonnen:

- Rund 53 % der Teilnehmer stammen aus dem Netzwerk des BITKOM, das neben der vom BITKOM vertretenen Informationswirtschaft auch Unternehmen umfasst, die Informations- und Telekommunikationstechnologien intensiv einsetzen.

1. 8.-9. Oktober 2008, Frankfurt am Main, vgl. www.knowtech.net

2. BITKOM (2006): „Wissensmanagement 2006-2010: Positionen und Trends“; BITKOM (2007) „Wichtige Trends im Wissensmanagement 2007-2011: Positionspapier des BITKOM“

3. Vgl. Enterprise 2.0 in Deutschland -- Verbreitung, Chancen und Herausforderungen (11/2007), Berlecon-Studie im Auftrag von CoreMedia, vgl. www.berlecon.de/enterprise2.0

4. Vgl. im Anhang 7, S. 17ff.

- Etwa 40 % der Befragungsteilnehmer folgten einer Einladung eines Zeitschriftenverlages zur Mitwirkung⁵.
- 6 % der Teilnehmer wurden von einer Agentur bei der Bearbeitung des Online-Fragebogens begleitet. Die Mitwirkung der Agentur wurde durch die finanzielle Unterstützung der ORACLE Deutschland GmbH ermöglicht.

Die Wirtschaftsbranchen sind in der Befragungsgesamtheit nicht gleichmäßig vertreten. Rund 40 % der Befragungsteilnehmer sind in der Informationswirtschaft⁶ tätig. Stark vertreten sind in der Befragungsgesamtheit auch

- Finanzierung, Vermietung, Unternehmensdienste
- Produzierendes Gewerbe sowie
- Öffentliche und private Dienstleistungen⁷.

An der Befragung beteiligten sich vorwiegend Entscheider verschiedener Ebenen - rund zwei Drittel der Teilnehmer – sowie weitere Experten (ein weiteres Viertel der Teilnehmer)⁸.

Für Tiefenanalysen wurden auch die Betriebsgrößenstruktur (gemessen an der Mitarbeiterzahl) und die Standortverteilung der Unternehmen und Organisationen erhoben⁹:

- Recht stark vertreten sind in der Befragungsgesamtheit Unternehmen mit weniger als 100 bzw. mit mehr als 5.000 Mitarbeitern.

- Deutlich weniger als ein Drittel der mitwirkenden Organisationen hatten lediglich einen einzigen Standort – die anderen haben mehrere Standorte in Deutschland, im sonstigen Europa bzw. global.

■ 2.3 Fragebogen, Datenerhebung und Auswertung

Der Fragebogen enthielt 11 Fragen zu Enterprise 2.0 sowie 6 ergänzende Fragen¹⁰.

Aus der empirischen Erhebung wurden unvollständige und andere Datensätze ausgeschlossen, die nicht den Qualitätsansprüchen genügten¹¹.

Die Onlineumfrage wurde mit EFS Survey¹² durchgeführt, die Auswertung mit SPSS 15.0, Microsoft Excel und Access. Für die kompakte Darstellung der Befragungsergebnisse wurden bei einigen Fragen qualitative Angaben mit Zahlen kodiert¹³.

Die Autoren danken Herrn Dr. Manfred Langen (Siemens AG) für kritische Hinweise zum Manuskript.

5. Die Teilnahme aus diesem Kreis erfolgte anonym.

6. Diese Branche gibt es in der Branchenstruktur des Statistischen Bundesamtes so nicht – ihr wurden alle Unternehmen zugeordnet, die Produkte und Services in den Bereichen Informationstechnik, Telekommunikation und neue Medien anbieten.

7. vgl. Tabelle 4, S. 29

8. vgl. Abbildung 22

9. vgl. Abbildung 23 und Abbildung 24

10. Vgl. Kapitel 6 (Anlage 1)

11. vgl. S. 29

12. <http://www.globalpark.de/128-1-EFS-Survey.htm>

13. Vgl. Kapitel 7

3 Enterprise 2.0 – Nutzenkomponenten, Relevanz, Investitionen, Einfluss auf den Unternehmenserfolg

■ Zusammenfassung 2

- Unter den Nutzenkomponenten von Web 2.0 weisen die Befragten der Bereitstellung von Inhalten durch Nutzer die höchste Relevanz zu. Mit geringem Abstand folgen die Strukturierung von Inhalten und die soziale Vernetzung.
- Fast die Hälfte der befragten Unternehmen begann die Auseinandersetzung mit Enterprise 2.0 2006 oder 2007, etwa ein Drittel sogar noch vorher. Nur rund ein Achtel der befragten Unternehmen hat sich bisher nicht mit Enterprise 2.0 beschäftigt. Diese Angaben verweisen auf eine frühzeitige Sensibilisierung vieler Entscheidungsträger für Enterprise 2.0.
- Mit der Aussage „Web-2.0-Technologien werden in unserem Unternehmen an Bedeutung gewinnen“ identifizierten sich 87,4% der Befragten „voll und ganz“ bzw. eher zustimmend.
- Immerhin ca. 10% der Befragungsteilnehmer bezeichnen Enterprise 2.0 als einen Investitionsschwerpunkt. Insgesamt zeigt sich, dass die strategische Ausrichtung auf Enterprise 2.0 in den meisten Firmen erst begonnen hat.
- 62% der Befragten konnten bereits grundsätzlich positive Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg feststellen.

■ 3.1 Enterprise 2.0 – Nutzenkomponenten

Wenn auch Enterprise 2.0 deutlich mehr ist als Technologie¹⁴, so gehen doch von der Technologie maßgebliche Impulse für den Wandel aus. Die Web-2.0-Technologien verdanken ihren Erfolg den Nutzenkomponenten (vgl. Tabelle 1), deren Relevanz die Befragungsteilnehmer einschätzen sollten.

- Strukturierung von Inhalten durch deren Nutzer (z. B. Wikipedia)
- Bereitstellung von Inhalten durch Nutzer (z. B. Wikipedia)
- soziale Vernetzung der Nutzer (z. B. Xing, Facebook etc.)

- vereinfachte Integration von Diensten/ Inhalten aus unterschiedlichen Quellen auf einem Portal (z. B. in personalisierten Nachrichtenportalen oder Kartendiensten)
- Möglichkeit für Nutzer, Inhalte oder Vorgänge zu bewerten und mit Tags zu versehen (z. B. Portale von eBay, Amazon)
- Verlagerung von Softwareaufgaben auf webgestützte Dienste (z. B. webgestützte Applikationen wie Google Docs)
- Wandel der Verbreitung von Inhalten von der aktiven Abfrage (Pull) zum Abonnement (Push) und damit zur automatisierten Zustellung (z. B. Podcasts, RSS-Feeds)

Tabelle 1: Nutzenkomponenten von Enterprise 2.0

14. Vgl. BITKOM (2008): „Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0: Neue Unternehmensphilosophie gewinnt Konturen – Positionspapier“

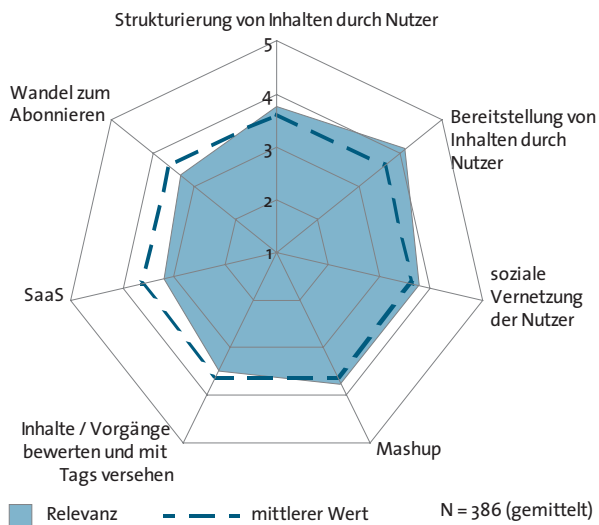


Abbildung 1: Nutzenkomponenten von Web 2.0 - Relevanz

Die Befragungsergebnisse (vgl. Abbildung 1) weisen aus:

- Der „Bereitstellung von Inhalten durch Nutzer“ wird die höchste Relevanz zugeordnet.

- Mit geringem Abstand folgen die Strukturierung von Inhalten, die soziale Vernetzung und die vereinfachte Integration.
- Die „Verlagerung von Softwareaufgaben auf webgestützte Dienste“ – Software as a Service (SaaS) – fällt demgegenüber deutlich ab.

Der „Content“ und seine Struktur liegen in der Hand des Nutzers. Gerade die Freiheit bei der Bereitstellung und Strukturierung von Inhalten sowie die Zugänglichkeit von Content werden von den Befragten als besonders wichtig gewertet. Deutlich darunter liegt die Relevanz des Überganges vom Pull- zum Push-Prinzip.

Wie auf S. 7 dargestellt, werden die Befragungsergebnisse in dieser Studie möglichst kompakt präsentiert. Das wird am Vergleich der Abbildung 2 und der Abbildung 1 deutlich. Die Abbildung 2 zeigt die prozentualen Häufigkeiten der Kategorien, zwischen denen die Befragten wählen konnten. Diese Häufigkeiten sind in Abbildung 1 weiter aggregiert¹⁵.

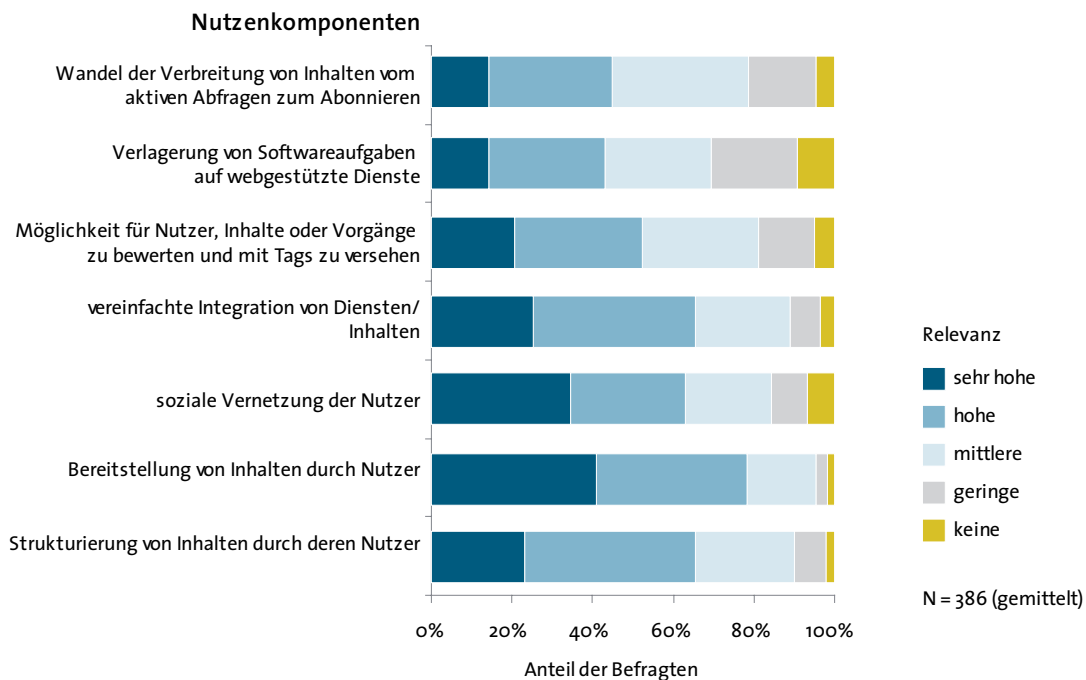


Abbildung 2: Nutzenkomponenten von Web 2.0 – Relevanz (Häufigkeiten der Kategorien)

15. Vgl. Tabelle 3

3.2 Enterprise 2.0 – Beginn der Sensibilisierung

Fast die Hälfte der befragten Unternehmen begann die Auseinandersetzung mit Enterprise 2.0 in den Jahren 2006 oder 2007, etwa ein Drittel sogar noch vorher. Nur rund ein Achtel der befragten Unternehmen hat sich bisher nicht mit Enterprise 2.0 beschäftigt (vgl. Abbildung 3). Diese Angaben sagen noch nichts über die Intensität der Beschäftigung – und erst recht nichts über nachhaltige Erfolge beim Wandel zum Enterprise 2.0 - aus, zeigen aber immerhin eine frühzeitige Sensibilisierung der Entscheidungsträger für Enterprise 2.0.

Analysten der EIU¹⁶ gelangten zu der Einschätzung, dass Unternehmen aus Deutschland zu den „early adopters“ von Enterprise 2.0 gehören. Relativierend ist anzumerken, dass frühe Einsatzfälle eher „nach außen“ gerichtete Prozesse wie Marketing und Vertrieb betrafen und weniger die „innere Substanz“.

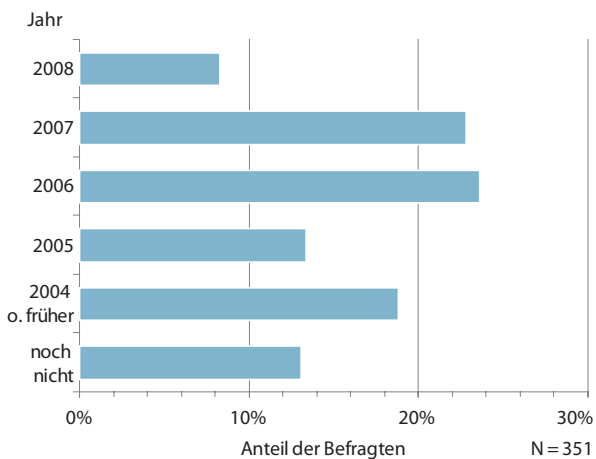


Abbildung 3: Beginn der Beschäftigung mit Enterprise 2.0

3.3 Enterprise 2.0 – Bedeutungszunahme

Mit der Aussage „Web-2.0-Technologien werden in unserem Unternehmen an Bedeutung gewinnen“ identifizierten sich 87,4% der Befragten „voll und ganz“

bzw. eher zustimmend (vgl. Abbildung 4). Diese positive Grundeinstellung bedeutet allerdings nicht automatisch, dass Enterprise 2.0 auch einen Schwerpunkt der Investitionstätigkeit bildet.

Web-2.0-Technologien werden in unserem Unternehmen an Bedeutung gewinnen

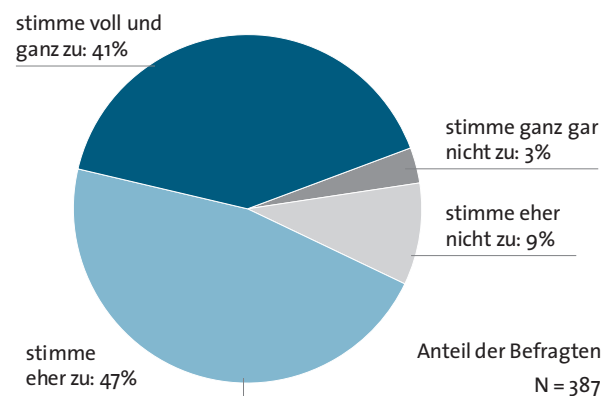


Abbildung 4: Bedeutungszunahme von Web-2.0-Technologien in Unternehmen

3.4 Enterprise 2.0 als Investitionsschwerpunkt

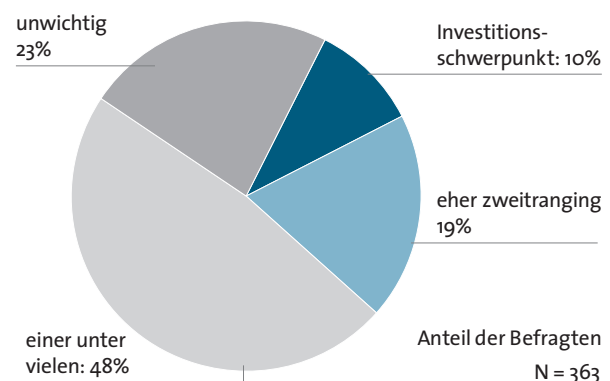


Abbildung 5: Enterprise 2.0 als Investitionsschwerpunkt

16. Vgl. Serious business – Web 2.0 goes corporate (2007). A report from the Economist Intelligence Unit, S. 2

Auf die Frage „Welche Priorisierung erfährt Enterprise 2.0 hinsichtlich der Budgetierung?“ wiesen ca. 10% der Befragungsteilnehmer Enterprise 2.0 als einen Investitionsschwerpunkt aus (vgl. Abbildung 5).

Für etwa ein Viertel der Befragten ist Enterprise 2.0 als Investitionsschwerpunkt eher unwichtig.

Für rund 70 % der Befragten sind Investitionen in Enterprise 2.0 „eher zweitrangig“ oder „einer unter vielen“. Bei dieser Einschätzung ist zu beachten, dass viele Applikationen für Enterprise 2.0 - Wikis, Foren, Blogs - auf Open-Source-Basis angeboten werden und damit bei der Budgetplanung nicht ins Gewicht fallen.

Insgesamt zeigt sich, dass die strategische Ausrichtung auf Enterprise 2.0 in den meisten Firmen noch bevorsteht.

Von den stark in Enterprise 2.0 investierenden Unternehmen

- gehört ein Drittel der Branche „Finanzierung, Vermietung, Unternehmensdienste“ an. Noch stärker vertreten ist mit 38% die Informationswirtschaft.
- gehört rund die Hälfte zu den Firmen mit weniger als 100 Mitarbeitern. Nächste Gruppe sind mit 32% die Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern.

3.5 Enterprise 2.0 – Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg

Die Antworten auf die Frage „Haben Sie bereits Erfahrungen in Ihrem Unternehmen mit Web-2.0-Technologien gemacht? Falls ja, wie war die Auswirkung auf den Unternehmenserfolg?“ sind in Abbildung 6 dargestellt. Immerhin 62% der Befragten konnten bereits grundsätzlich positive Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg ausmachen!

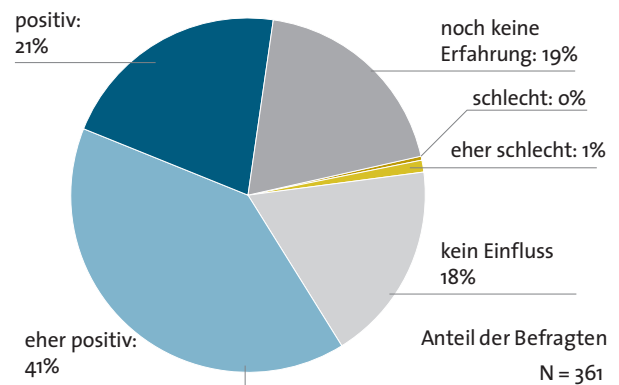


Abbildung 6: Bewertung der Auswirkungen von Web 2.0 auf den Unternehmenserfolg

4 Technologien des Web 2.0 – Einsatzschwerpunkte

■ Zusammenfassung 3

- Content-Management-Systeme (CMS) und Dokumenten-Management-Systeme (DMS) sind in Unternehmen weit verbreitet. Das gilt auch für Wikis und Instant Messaging.
- Der Einsatz von Weblogs, Wikis und Tagging wird in den Unternehmen deutlich zulegen – darauf weisen die laufenden Einführungs- und Testprojekte hin.
Bei semantischen Technologien wird ein bedeutender zukünftiger Einsatzschwerpunkt erkennbar.
- Beim Einsatz verschiedener Technologien des Web 2.0 zeichnen sich zwischen Unternehmen verschiedener Größenklassen deutliche Unterschiede ab.
- Unternehmen mit komplexer Struktur (Unternehmen mit mehreren Standorten auf verschiedenen Kontinenten) nutzen die Web-2.0-Technologien intensiver als z.B. Unternehmen mit einem einzigen Standort.
- Enterprise 2.0 ist nicht direkt „eine Sache des Geldes“. Ein Mehr an Investitionen schlägt sich nicht automatisch in einer breiteren Nutzung nieder. Während Wikis oder Blogs mit geringem Aufwand genutzt werden können, müssen z.B. für den Einsatz von semantischen Technologien deutlich mehr Mittel investiert werden.
- Unter den in der Befragung vertretenen Branchen ist die Informationswirtschaft Vorreiter bei Enterprise 2.0.
- Enterprise 2.0 wird vorerst insbesondere innerhalb von Projektteams praktiziert. Der unternehmensübergreifende Einsatz ist demgegenüber deutlich seltener.

■ 4.1 Web-2.0-Technologien – Einsatz und Planungen

Zu den Zielen der Studie gehörte, die Nutzung von Web-2.0-Technologien im Einzelnen zu ermitteln.

Dazu wurden die Befragungsteilnehmer mit einer Liste der Web-2.0-Technologien¹⁷ konfrontiert. Sie sollten angeben, welche Aussage zum „Einsatz-Status“ der Technologien zutrifft:

- keine Nutzung geplant
- Projekt geplant
- Test geplant
- Test läuft
- produktive Nutzung
- weiß nicht

Die Befragungsergebnisse sind in der Abbildung 7 kompakt dargestellt¹⁸. Vor allem Applikationen zur Informationsstrukturierung werden intensiv eingesetzt

– Content-Management-Systeme (CMS) und Dokumenten-Management-Systeme (DMS) sind weit verbreitet. Das gilt auch für Wikis und Instant Messaging.

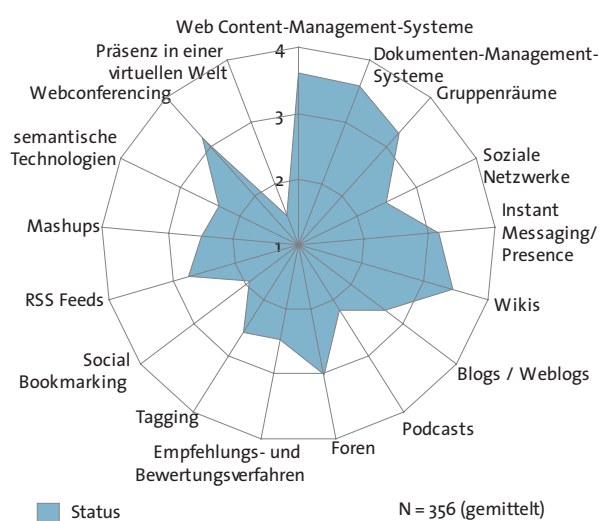


Abbildung 7: Web-2.0-Einsatz in befragten Unternehmen

17. Vgl. Anlage 1. Es wurden auch einzelne Technologien in die Liste aufgenommen, die in der „Nachbarschaft“ angesiedelt sind.

18. Vgl. Tabelle 3; die Technologienutzung kann den Höchstwert 5 annehmen. In der Abbildung 7 (sowie in mehreren anderen) sind mittlere Werte angezeigt, die alle unter 4 liegen.

Einen vertieften Einblick ermöglicht die Abbildung 8. Sie zeigt, welche Technologien bereits produktiv genutzt werden sowie zusätzlich, welche Technologien sich in der Einführung und im Test befinden. Weblogs, Wikis und Tagging werden deutlich zulegen. Und bei semantischen Technologien wird ein bedeutender zukünftiger Einsatzschwerpunkt erkennbar, der dazu beitragen kann, vorhandene unstrukturierte Informationsquellen besser zu erschließen.

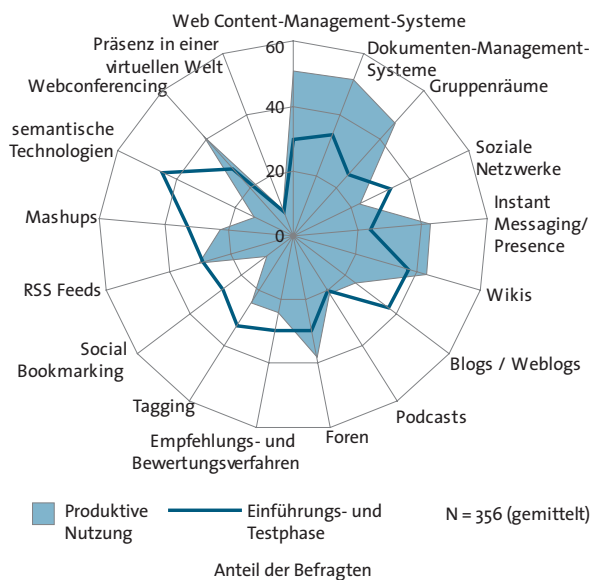


Abbildung 8: Web-2.0-Einsatz in befragten Unternehmen: produktive Nutzung bzw. Vorbereitung

Die Abbildung 9 zeigt, dass

- die Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern den Vorreiter spielen.
- Bei den verbleibenden Betriebsgrößenklassen keine gravierenden Unterschiede festzustellen sind.

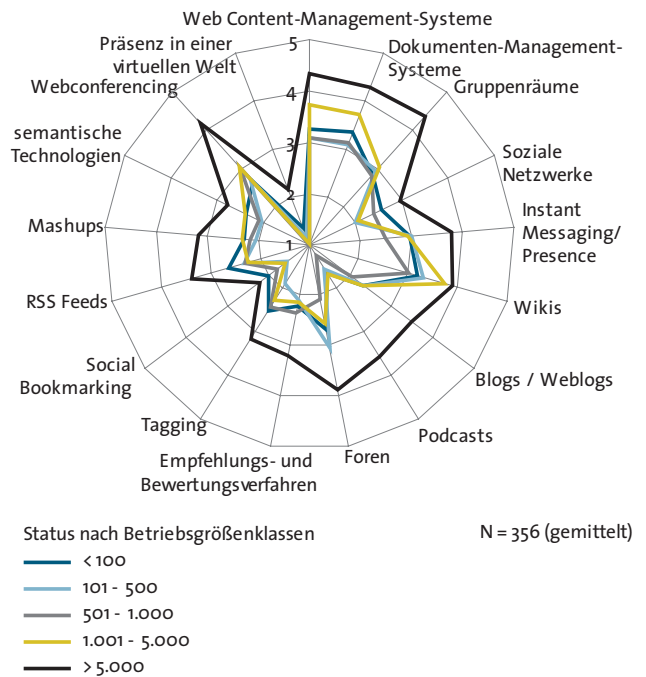


Abbildung 9: Web-2.0-Einsatz in befragten Unternehmen und Betriebsgröße

Für ausgewählte Technologien sind die Befragungsergebnisse in der Tabelle 2 zusammengefasst.

4.2 Enterprise 2.0 und Betriebsgröße

Interessant ist die Frage, ob Zusammenhänge zwischen dem Wandel zum Enterprise 2.0 und der Betriebsgröße sichtbar werden.

Technologien	Einsatz in Unternehmen verschiedener Größenklassen
Content-Management-Systeme	CMS ist bei Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern häufig bereits in produktiver Nutzung. Bei den befragten Unternehmen mit 1.000-5.000 Mitarbeitern nutzen 57% bereits CMS produktiv. Bei Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern liegt die Nutzung bei über 74%. Bei den Unternehmen mit Mitarbeiterzahlen bis 1.000 liegt der Anteil der Unternehmen, die Tests und Einführungsprojekte vorantreiben, zurzeit zwischen 30% und 40%.
Dokumenten-Management-Systeme	Ähnlich wie CMS werden DMS verstärkt bereits von Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern eingesetzt. Unternehmen mit Mitarbeiterzahlen zwischen 1.000 und 5.000 setzen zu 53% DMS ein, bei Unternehmen mit 5.000 und mehr Mitarbeitern sind es 74%. Erwähnenswert sind auch die Anteile von Unternehmen mit DMS in Einführungs- oder Testprojekten: 36% bis 41% sind es bei den kleinen und mittelständischen Unternehmen und sogar 52% bei den Unternehmen bis 5.000 Mitarbeitern.
Gruppenräume	Auch hier handelt es sich um ein Anwendungsgebiet, das vermehrt von Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern eingesetzt wird. Besonders stark ist die Nutzung bei Befragten in Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern: knapp 80%. Die restlichen Gruppen erreichen nicht einmal die Hälfte davon.
Soziale Netzwerke	Soziale Netzwerke werden in einem Achtel bis Viertel der befragten Unternehmen bereits produktiv genutzt. Führend sind hier Unternehmen unter 100 Mitarbeiter. Bei Einführungsprojekten stehen die ganz Großen an der Spitze: 46% der Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern arbeiten an der Einführung. Bei den anderen Betriebsgrößen liegt dieser Anteil zwischen 25% und 32%
Wikis	37% bis 47% der Befragten bestätigten bereits eine produktive Nutzung, jeweils ansteigend mit der Mitarbeiterzahl. Der Anteil der Unternehmen mit Einführungs- und Testprojekten in liegt bei Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern am höchsten (42%). An zweiter Stelle stehen die Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern (38%). Generell ist der Anteil der Unternehmen niedrig, die keine Nutzung planen.
Blogs	Bei Blogs ist die Verbreitung noch nicht weit fortgeschritten. Die Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern setzen zu 41% bereits Weblogs ein. Unternehmen mit weniger Mitarbeitern kommen lediglich auf Anteile zwischen 15% und 20%. Jedoch sind auch hier die Zuwachsraten recht hoch, unter den Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern führen zu über 40% entsprechende Lösungen ein. Bei den kleineren Unternehmen führen die Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern das Feld an: 36% von ihnen beschäftigen sich mit der Einführung
Podcasts	Diese Technologie wird überwiegend in Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern eingesetzt. Hier erreicht die Nutzung einen Wert von 55%. Im Vergleich liegen die Unternehmen mit 1.000 bis 5.000 Mitarbeitern an zweiter Stelle mit 10 % Nutzungsanteil. Die Projekte für Einführung und Test lassen nur eine geringe Dynamik erwarten.
Foren	Vergleichsweise stark ist dagegen die Verbreitung von Diskussionsforen. Auch hier führen die großen Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern das Feld deutlich an (60% Nutzung), die Mittelständler erreichen immerhin 40%. Ein Viertel bis ein Drittel der befragten Unternehmen arbeiten gegenwärtig an einer Umsetzung.
Empfehlungs- und Bewertungsverfahren	Diese Verfahren sind zurzeit bei den meisten Unternehmen nicht im Einsatz. Unternehmen bis 5.000 Mitarbeitern geben mehrheitlich an, keine Umsetzung zu planen. Einzig die Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern nutzen bereits zu 40% entsprechende Verfahren produktiv. Die Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern sind hier am stärksten auf dem Vormarsch: 32% bereiten eine Einführung vor.

Technologien	Einsatz in Unternehmen verschiedener Größenklassen
Tagging	Unter den Betriebsgrößenklassen sind Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern führend bei der Nutzung und Einführung. 32% nutzen bereits Tagging-Methoden, 43% beschäftigen sich mit der Einführung. Alle anderen Unternehmen sind zu ca. 30% mit der Einführung beschäftigt. Einzig die Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern nutzen noch zu über einem Viertel bereits Tagging-Verfahren.
Social Bookmarking	Bei den Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern geben lediglich 15% eine produktive Nutzung an. Alle anderen Unternehmen bleiben unter 10%. Allerdings geben 40% der Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern an, an einer Umsetzung zu arbeiten. Deutlich über die Hälfte der Befragten bekundet jedoch, keine Umsetzungspläne zu verfolgen.
RSS-Feeds	RSS-Feeds werden von kleinen und mittelständischen Unternehmen verhältnismäßig stark genutzt. 25% bis 30% nutzen die Technologie bereits. Überflügelt werden sie von Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern. Diese setzen bereits zu 41% RSS-Feeds produktiv ein; sie stehen auch an der Spitze beim Anteil der Unternehmen mit Projekten in Einführung oder Test (37%).
Mashups	Bis auf die Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern bleibt die Verbreitung unter 20%. Von den Großen nutzen 34% Mashups, und 41% befassen sich mit Einführung bzw. Tests. Die Unternehmen mit 1.000 bis 5.000 Mitarbeitern arbeiten immerhin zu 36% an einer Umsetzung, und bei Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern sind das 31%.
Semantische Verfahren	Bei semantischen Verfahren zeichnet sich eine hohe Dynamik ab. Derzeit sind sie noch wenig verbreitet (Nutzung unter 15%, mit Ausnahme der Unternehmen über 5.000 Mitarbeiter), jedoch arbeiten 40% bis 50% der befragten Unternehmen an einer Umsetzung. Das sind die höchsten Zahlen aller hier untersuchten Technologien

Tabelle 2: Technologienutzung in Unternehmen verschiedener Größenklassen

4.3 Enterprise 2.0 und Unternehmensstandorte

Web-2.0-Technologien unterstützen die Aufgaben der Unternehmen in den Bereichen Kommunikation und Kollaboration besonders gut. Daher liegt die Vermutung nahe, dass Unternehmen mit komplexer Struktur – also z.B. Unternehmen mit mehreren Standorten auf verschiedenen Kontinenten - die Web-2.0-Technologien intensiver nutzen als z.B. Unternehmen mit einem einzigen Standort. Die Vermutung wird durch die Befragungsergebnisse gestützt, wie die Abbildung 10 zeigt. Dabei sind natürlich Strukturkomplexität und Unternehmensgröße verbunden.

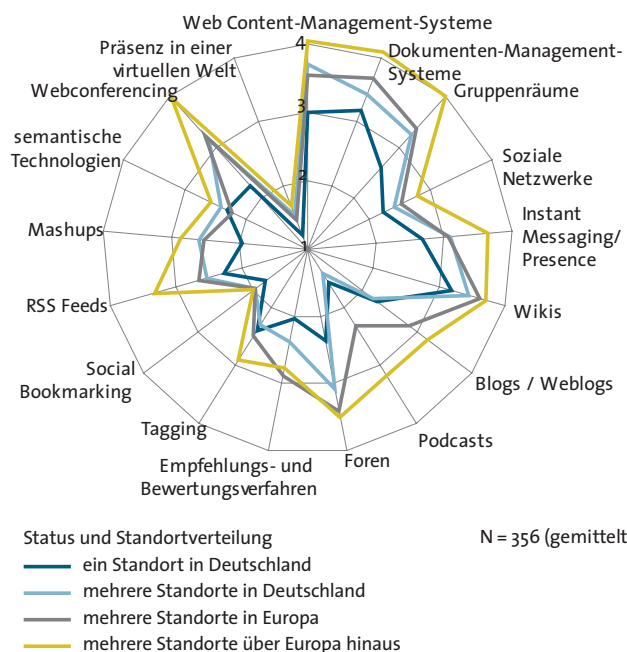


Abbildung 10: Technologienutzung nach Standortverteilung

4.4 Enterprise 2.0 und Budgetierung

Zum Aufschwung von Wikis, Blogs und Foren haben zweifellos die vergleichsweise geringen Investitionskosten für den Ersteinsatz beigetragen. Einige Lösungen sind Open Source, andere sind Bestandteil von Enterprise-Suiten. Zusätzliche Beschaffungskosten entfallen so oder sind versteckt.

Die Abbildung 11 weist aus:

- In Unternehmen, die auf die Frage „Welche Priorisierung erfährt Enterprise 2.0 hinsichtlich der Budgetierung?“ die Antwort „unwichtig“ angaben, werden die Technologien auch am wenigsten genutzt. Das kann auch nicht überraschen.
- Unternehmen, für die Enterprise 2.0 einen Investitionsschwerpunkt bildet, sind auch in der Spitzengruppe beim Einsatz der Technologien – jedoch nicht bei allen Technologien „führend“.

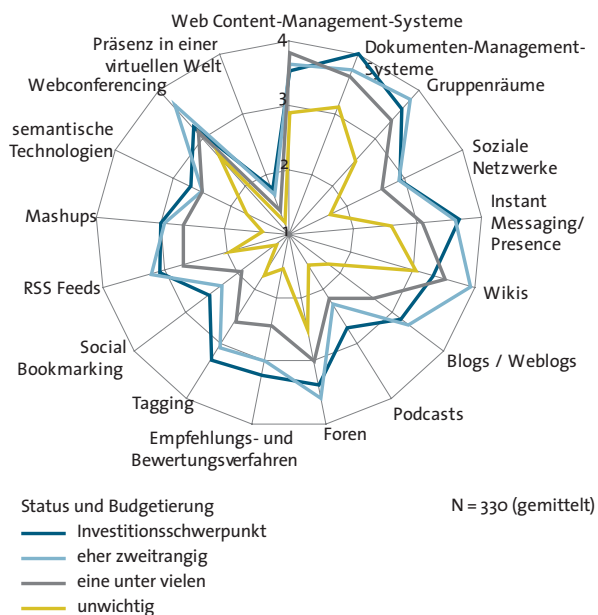


Abbildung 11: Web 2.0 und Budgetierung

Insgesamt zeigt sich, dass Enterprise 2.0 nicht vordergründig „eine Sache des Geldes“ ist. Ein Mehr an Investitionen schlägt sich nicht automatisch in einer breiteren Nutzung nieder. Während Wikis oder Blogs mit geringem Aufwand genutzt werden können, werden für den Einsatz von semantischen Technologien deutlich mehr Mittel investiert werden müssen.

4.5 Enterprise 2.0 und Branchenzugehörigkeit

Unter den in der Befragung vertretenen Branchen ist Enterprise 2.0 in der Informationswirtschaft am weitesten verbreitet. Jedes andere Ergebnis wäre auch verwunderlich, da man dort eine besondere Affinität zu den Informations- und Kommunikationstechnologien unterstellen kann. Instant Messaging, Wikis und Blogs werden deutlich stärker als in den anderen Branchen eingesetzt.

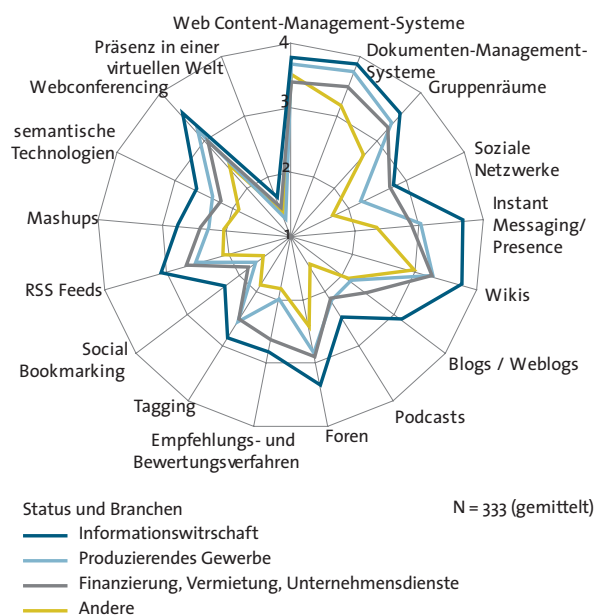


Abbildung 12: Web 2.0 in verschiedenen Branchen

4.6 Enterprise 2.0 und Einsatzebene

Bei der Untersuchung der Technologienutzung ist auch interessant, auf welcher Ebene der Einsatz vorrangig erfolgt. Bei der Beantwortung der Frage war eine Mehrfachauswahl möglich.

Die Abbildung 13 verdeutlicht, dass Enterprise 2.0 vorerst insbesondere innerhalb von Projektteams aktuell ist. Der unternehmensübergreifende Einsatz ist demgegenüber deutlich seltener.

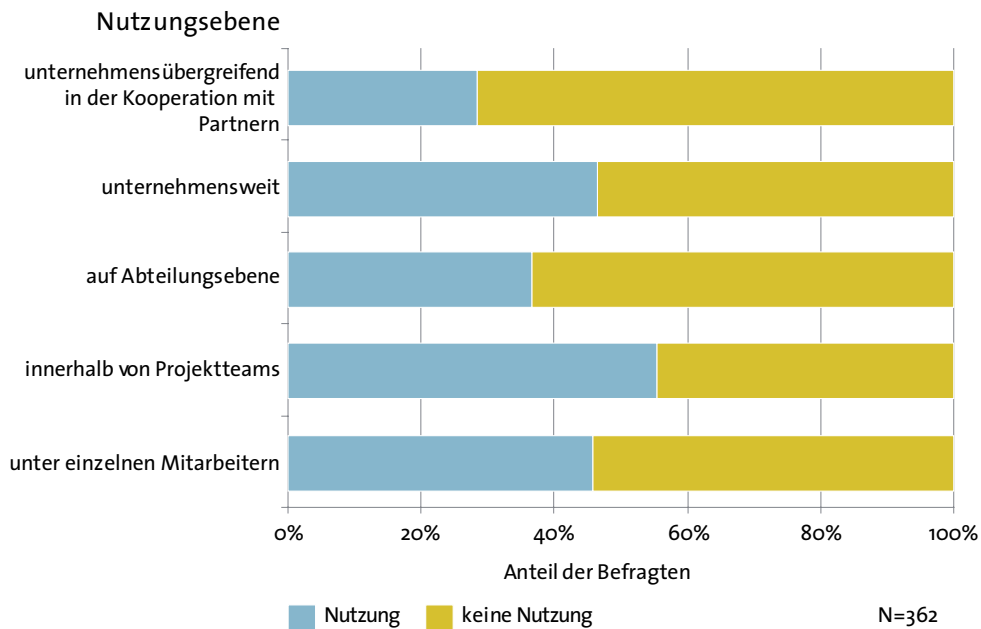


Abbildung 13: Ebenen des Einsatzes von Enterprise 2.0

5 Enterprise 2.0 – Effekte, Barrieren, Unternehmenskultur

■ Zusammenfassung 4

- In der „effizienteren Nutzung von explizitem und implizitem Wissen“ wird zurzeit der größte Effekt gesehen, gefolgt von den Kategorien „geringerer Aufwand zur Informationsbeschaffung“ und „verbesserte interne Kommunikation“.
- Beim Wandel zum Enterprise 2.0 sind vielfältige Barrieren zu überwinden. Als besonders problematisch werden „zu hoher Aufwand“ und „Sicherheitsrisiken“ gesehen.
- Im Vergleich zu den anderen Branchen schätzt die Informationswirtschaft die Barrieren als weniger gravierend ein.
- Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern schätzen die Barrieren als am wenigsten gravierend ein. „Unklarer Nutzen“ oder „zu hoher Aufwand“ sind vor allem für Unternehmen mittlerer Größe ein Thema.
- Die meisten Befragten erwarten insgesamt positive Auswirkungen von Enterprise 2.0 auf die Unternehmenskultur.
- Enterprise 2.0 hat die größte Relevanz für die Mitarbeiter, gefolgt von der Technologie im Unternehmen. Auf die Mitarbeiter sollten sich auch alle Bemühungen konzentrieren, den Wandel zum Enterprise 2.0 zu bewältigen.

■ 5.1 Effekte von Enterprise 2.0 – Gesamtsicht

Die Befragungsteilnehmer wurden um Einschätzungen zur Höhe der Effekte von Enterprise 2.0 bei neun vorgegebenen Effektkategorien gebeten. In der Abbildung 14 sind diese Einschätzungen aggregiert dargestellt.

In der „effizienteren Nutzung von explizitem und implizitem Wissen“ wird der größte Effekt gesehen, gefolgt von den Kategorien

- „geringerer Aufwand zur Informationsbeschaffung“ und
- „verbesserte interne Kommunikation“.

Diese Effekte werden höher eingeschätzt als die Effekte, die mit der Kommunikation und Kollaboration mit Partnerunternehmen und Kunden zusammenhängen.

Vergleichsweise am geringsten scheint sich Enterprise 2.0 auf

- die Entscheidungsgrundlagen für das Management und
- die Reaktionsgeschwindigkeit auf Marktveränderungen auszuwirken. Bei diesen beiden Kategorien werden sich Effekte erst über längere Zeit einstellen.

Effekte von Enterprise 2.0

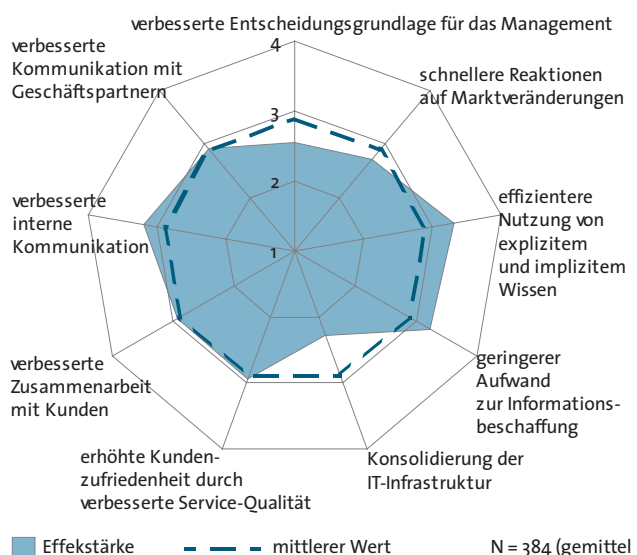


Abbildung 14: Stärke der Effekte von Enterprise 2.0

Die Abbildung 15 bietet eine differenziertere Sicht.

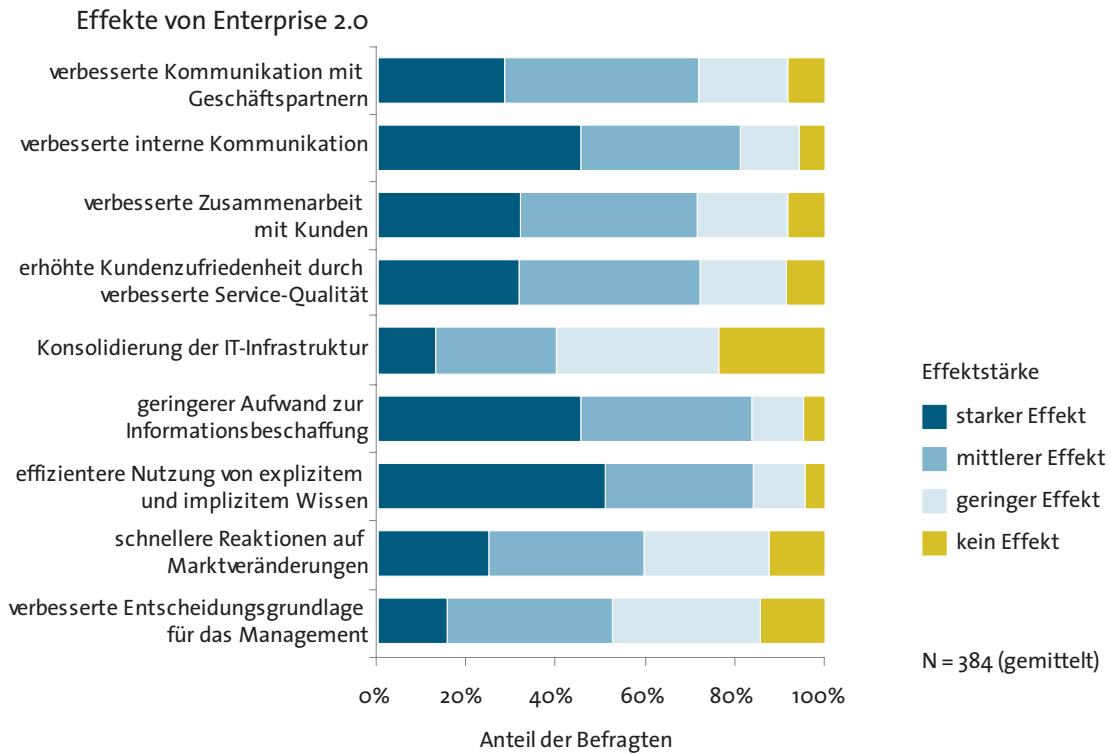


Abbildung 15: Bewertung der Auswirkungen von Enterprise 2.0

5.2 Effekte von Enterprise 2.0 und Budgetierung

Die von den Befragungsteilnehmern eingeschätzte Höhe der Effekte unterscheidet sich kaum bei Unternehmen der gewählten Größenklassen. Deutlich sichtbar ist jedoch der in Abbildung 16 dargestellte Zusammenhang zwischen der Budgetierung und den Effekten aus Enterprise 2.0.

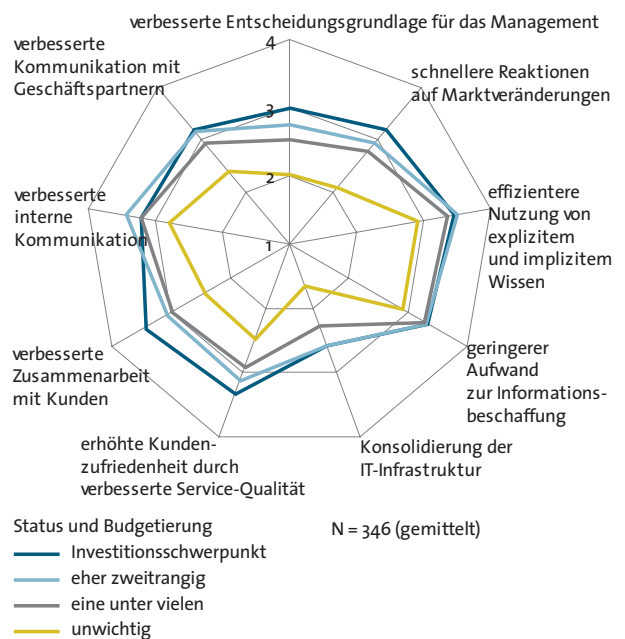


Abbildung 16: Effekte und Budgetierung

5.3 Enterprise 2.0 – Barrieren für den Wandel

In der Unternehmenspraxis ist der Wandel zum Enterprise 2.0 mit einer Reihe von Herausforderungen verknüpft und wird auch auf Barrieren stoßen. Die Befragungsteilnehmer wurden um Einschätzungen gebeten, welche der vorgegebenen Faktoren sie als mehr oder weniger problematisch ansehen.



Abbildung 17: Barrieren für den Wandel zum Enterprise 2.0

Wie die Abbildung 17 ausweist, sind die Barrieren für Enterprise 2.0 vielfältig. Allgemein werden alle vorgegebenen Faktoren mit Ausnahme der „Kompatibilität der vorhandenen Infrastruktur“ von über 50% der Befragten als problematisch betrachtet. „Spitzenreiter“ sind zu hoher Aufwand und Sicherheitsrisiken.

Generell wird die Kompatibilität der IT-Infrastruktur als weniger problematisch eingeschätzt. Das trifft auch auf die Mitarbeiterbereitschaft zu.

5.4 Barrieren in verschiedenen Branchen

Die Abbildung 18 zeigt, dass die Informationswirtschaft im Vergleich zu den anderen Branchen die Barrieren als weniger gravierend einschätzt; sie untermauert damit ihre Vorreiterrolle.

Erwartungsgemäß spielen der Barrieren „Geschäftsführung setzt andere Prioritäten“ und „noch nicht ausreichendes Know-How der Mitarbeiter“ bei Unternehmen der Informationswirtschaft eine deutlich geringere Rolle als bei anderen Unternehmen. Für das produzierende Gewerbe sind „andere Prioritäten der Geschäftsführung“ eine besonders hohe Barriere.

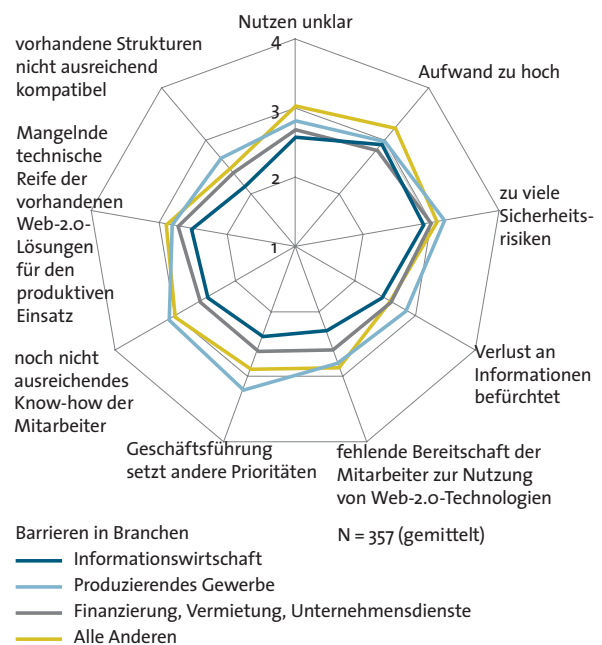


Abbildung 18: Barrieren für Enterprise 2.0 in den Branchen

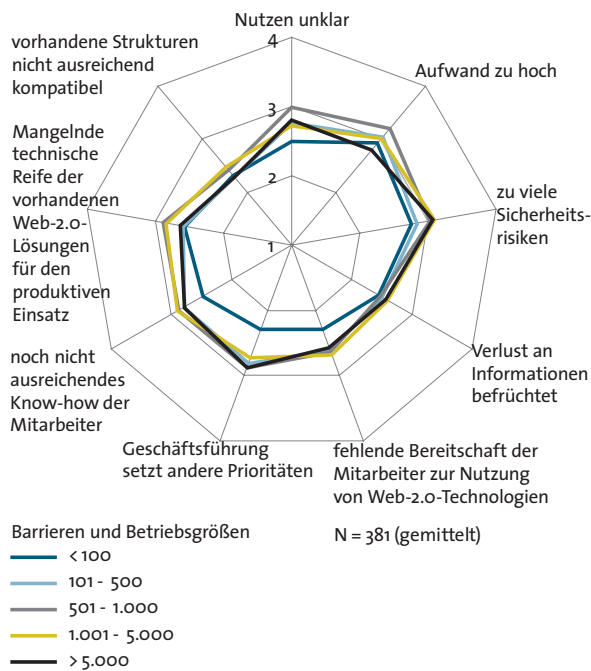


Abbildung 19: Barrieren für Enterprise 2.0 und Betriebsgrößen

Die Abbildung 19 weist aus, dass Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern die Barrieren vergleichsweise als am wenigsten gravierend einschätzen. Das ist wiederum ein Hinweis für die Flexibilität der kleinen Unternehmen, die sich am deutlichsten in der Mitarbeiterbereitschaft und im Know-how widerspiegelt. Auch die Geschäftsführungen erweisen sich als vergleichsweise offen.

Unklarer Nutzen oder zu hoher Aufwand sind vor allem für Unternehmen mittlerer Größe ein Thema.

5.5 Enterprise 2.0 und Unternehmenskultur

Enterprise 2.0 ist deutlich mehr als der Einsatz von Web-2.0-Technologien im Unternehmenskontext. Aus diesem Grund thematisiert das BITKOM-Positionspapier „Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0: Neue Unternehmensphilosophie gewinnt Konturen“ u.a. die

neue Rolle von Unternehmensführungen, neue Freiräume für die Mitarbeiter, die Unternehmenskultur, Einführungsstrategien und Aufgaben bei der Integration von Web 2.0 in die bestehende Unternehmens-IT.

Im Rahmen der hier dokumentierten Online-Befragung sollten komplexere Sachverhalte wie z.B. Unternehmenskulturen nicht komplett ausgeblendet werden. Und so wurden die Teilnehmer mit der Frage konfrontiert „Wie beeinflusst Enterprise 2.0 die Kultur in Ihrem Unternehmen?“

Vorgegeben waren die vier Kategorien:

- Mitarbeitermotivation
- Mitarbeiterintegration (z.B. Außendienstler) in die Unternehmens-IT
- Zusammenarbeit der Abteilungen untereinander, ggf. über mehrere Standorte hinweg
- Vereinfachung der Unternehmenshierarchie.

Einfluss auf Unternehmenskultur

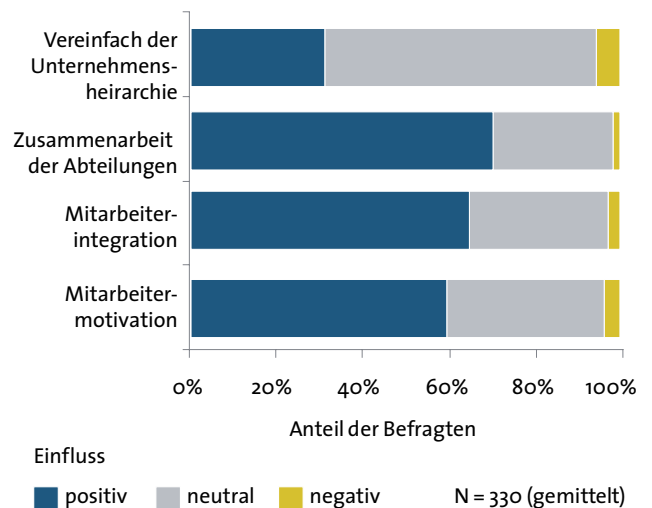


Abbildung 20: Bewertung des Einflusses von Enterprise 2.0 auf die Unternehmenskultur

Wie die Abbildung 20 ausweist, erwarten die meisten Befragten zumindest bei drei der vier vorgegebenen Kategorien positive Auswirkungen. Eher skeptisch sind die

Befragten jedoch bei der Unternehmenshierarchie. Hier werden vom Management aktive Beiträge erforderlich sein, um Fortschritte zu erzielen – ein Automatismus wird sich nicht einstellen.

Die abschließende Frage an die Teilnehmer drehte sich um die Relevanz von Enterprise 2.0 für Technologie, Organisation, Mitarbeiter und Strategie in den Unternehmen.

Wie die Abbildung 21 ausweist, hat Enterprise 2.0 die größte Relevanz für die Mitarbeiter, gefolgt von der Technologie im Unternehmen. Auf die Mitarbeiter sollten sich auch alle Bemühungen konzentrieren, den Wandel zum Enterprise 2.0 zu bewältigen.

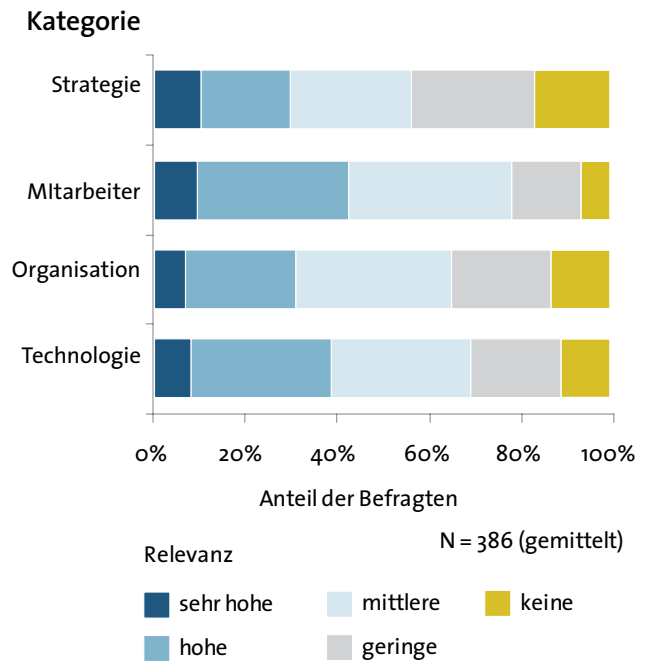


Abbildung 21: Bewertung der Relevanz von Enterprise 2.0 für Technologie, Organisation, Mitarbeiter und Strategie

6 Anlage 1: Aufbau des Fragebogens

Einsatzmöglichkeiten von Enterprise 2.0

Frage:

Zu Beginn möchten wir erfahren, worin für Sie die Schwerpunkte des Web 2.0 liegen. Im Folgenden haben wir verschiedene Aspekte aufgelistet, die Web 2.0 gemeinhin zugeordnet werden. Gewichten Sie bitte diese Punkte nach ihrer Relevanz für Web 2.0.

Kategorien:

- Strukturierung von Inhalten durch deren Nutzer (z. B. Wikipedia)
- Bereitstellung von Inhalten durch Nutzer (z. B. Wikipedia)
- soziale Vernetzung der Nutzer (z. B. Xing, Facebook etc.)
- vereinfachte Integration von Diensten/ Inhalten aus unterschiedlichen Quellen auf einem Portal (z. B. in personalisierten Nachrichtenportalen oder Kartendiensten)
- Möglichkeit für Nutzer, Inhalte oder Vorgänge zu bewerten und mit Tags zu versehen (z. B. Portale von eBay, Amazon)
- Verlagerung von Softwareaufgaben auf webgestützte Dienste (z. B. webgestützte Applikationen wie Google Docs)
- Wandel der Verbreitung von Inhalten vom aktiven Abfragen zum Abonnieren und damit einer automatisierten Zustellung (z. B. Podcasts, RSS-Feeds)

Skala:

- keine Relevanz
- geringe Relevanz
- mittlere Relevanz
- hohe Relevanz
- sehr hohe Relevanz
- weiß nicht

Einsatz von Web 2.0 und Planungen

Frage:

Inwieweit nutzt Ihr Unternehmen bereits Web-2.0-Dienste und -Anwendungen bzw. plant deren Einsatz? Es spielt hierbei keine Rolle, ob der Dienst / die Applikation in Ihrem Unternehmen betrieben, als Dienstleistung eingekauft oder von einem Partner bereit gestellt wird.

Kategorien:

- Web Content-Management-Systeme (Inhalte online publizieren mit Standardisierung und redaktioneller Infrastruktur)
- Document-Management-Systeme (Dokumente zentral verwalten)
- Gruppenräume (Arbeitsbereiche für Gruppen)
- Soziale Netzwerke (bilden Mitarbeiter/Kontakte ab und lassen diese ihr Netzwerk strukturieren und erweitern)
- Instant Messaging / Presence (Nachrichten sofort zustellen, Anzeige des aktuellen Status, z.B. anwesend/beschäftigt)
- Wikis (einfach zu strukturierende Plattform, populäres Beispiel: Wikipedia)
- Blogs / Weblogs (Möglichkeit, unkompliziert aktuelle Vorgänge zu veröffentlichen und dazu Kommentare abzugeben)
- Podcasts (Video- und Audioinhalte werden als Abonnement angeboten)
- Foren (themenzentrierte Diskussion in hierarchischen Thema-Antwort-Strukturen)
- Empfehlungs- und Bewertungsverfahren (Nutzer geben Feedback zur Qualität und Nützlichkeit von Inhalten)
- Tagging (Inhalte werden mit Schlagworten, sog. Tags, klassifiziert und eingeordnet)
- Social Bookmarking (Lesezeichen werden kommentiert, mit Tags versehen und für andere Nutzer freigegeben)

- RSS Feeds (Nachrichten & Infos lassen sich in einzelnen Kanälen abonnieren. Damit kann ein personalisiertes Nachrichtenportal realisiert werden)
- Mashups (Informationen/Leistungen aus unterschiedlichen Quellen/Diensten werden auf einer Seite aggregiert)
- Semantic Web Technologien (semantische Strukturierung von Inhalten; so können Suchergebnisse im Kontext gefunden werden, auch wenn gesuchte Schlagworte nicht vorkommen)
- Webconferencing (synchrone Zusammenarbeit an Inhalten)
- Präsenzen in einer virtuellen Welt (z.B. Second Life)
- sonstige, und zwar:

Skala:

- keine Nutzung geplant
- Projekt geplant
- Test geplant
- Test läuft
- produktive Nutzung
- weiß nicht

Auswirkung auf den Unternehmenserfolg

Frage:

Haben Sie bereits Erfahrungen in Ihrem Unternehmen mit Web-2.0-Technologien gemacht? Falls ja, wie war die Auswirkung auf den Unternehmenserfolg?

Skala:

- Schlecht
- eher schlecht
- kein Einfluss
- eher positiv
- positiv
- Wir haben bisher keine Erfahrung mit Web-2.0-Technologien gemacht.
- weiß nicht

Bedeutungszunahme

Frage:

Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu?

Web-2.0-Technologien werden in unserem Unternehmen an Bedeutung gewinnen.

Skala:

- stimme ganz und gar nicht zu
- stimme eher nicht zu
- stimme eher zu
- stimme voll und ganz zu
- weiß nicht

Auswirkungen von Enterprise 2.0

Frage:

Unter Enterprise 2.0 wird mehr als der Einsatz von Web-2.0-Technologien in Unternehmen verstanden. Wichtige Aspekte sind u.a. eine moderne Führungskultur, flache, vernetzte und nicht selten virtuelle Organisationsstrukturen, flexible, an Projekten orientierte Arbeitsabläufe und Ressourceneinsätze.

Enterprise 2.0 kann sich damit auf unterschiedliche Bereiche in Ihrem Unternehmen positiv auswirken. Bitte geben Sie an, wie groß die Effekte im Hinblick auf die unten aufgeführten Punkte sind.

Kategorien:

- verbesserte Entscheidungsgrundlage für das Management
- schnellere Reaktionen auf Marktveränderungen
- effizientere Nutzung von explizitem und implizitem Wissen
- geringerer Aufwand zur Informationsbeschaffung
- Konsolidierung der IT-Infrastruktur
- erhöhte Kundenzufriedenheit durch verbesserte Service-Qualität
- verbesserte Zusammenarbeit mit Kunden
- verbesserte interne Kommunikation
- verbesserte Kommunikation mit Geschäftspartnern

Skala:

- kein Effekt
- geringer Effekt
- mittlerer Effekt
- starker Effekt
- weiß nicht

angegliedert: Sehen Sie noch weitere Aspekte, die bisher keine Erwähnung fanden?

Barrieren

Frage:

Einer Etablierung von Enterprise 2.0 können viele Faktoren im Weg stehen. Schätzen Sie bitte ein, für wie problematisch Sie die folgenden Punkte in Ihrem Unternehmen halten.

Kategorien:

- Nutzen unklar
- Aufwand zu hoch
- zu viele Sicherheitsrisiken
- Verlust von Informationen befürchtet
- fehlende Bereitschaft der Mitarbeiter zur Nutzung von Web-2.0-Technologien
- Geschäftsführung setzt andere Prioritäten
- noch nicht ausreichendes Know-How der Mitarbeiter
- mangelnde technische Reife der vorhandenen Web-2.0-Lösungen für den produktiven Einsatz
- vorhandene IT-Infrastruktur nicht ausreichend kompatibel

Skala:

- kein Problem
- kleines Problem
- mittleres Problem
- großes Problem
- weiß nicht

Einfluss auf Unternehmenskultur

Frage:

Wie beeinflusst Enterprise 2.0 die Kultur in Ihrem Unternehmen?

Kategorien:

- Mitarbeitermotivation
- Mitarbeiterintegration (z.B. Außendienstler) in die Unternehmens-IT
- Zusammenarbeit der Abteilungen untereinander, ggf. über mehrere Standorte hinweg
- Vereinfachung der Unternehmenshierarchie

Skala:

- sehr negativ
- negativ
- neutral
- positiv
- sehr positiv
- weiß nicht

Relevanz für Technologie, Organisation, Mitarbeiter und Strategie

Frage:

Bitte schätzen Sie die Relevanz von Enterprise 2.0 für Technologie, Organisation, Mitarbeiter und Strategie in Ihrem Unternehmen ein.

Kategorien:

- die Technologie in Ihrem Unternehmen
- die Organisation in Ihrem Unternehmen
- die Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen
- die Strategie in Ihrem Unternehmen

Skala:

- keine Relevanz
- geringe Relevanz
- mittlere Relevanz
- hohe Relevanz
- sehr hohe Relevanz
- weiß nicht

Jahr Start Befassung

Frage:

Seit wann beschäftigt sich Ihr Unternehmen mit Enterprise 2.0?

Kategorien:

- 2004 oder früher
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- Wir haben uns noch nicht mit dem Thema beschäftigt.
- weiß nicht

Einsatzebenen (Mehrfachauswahl möglich)

Frage:

Wenn Sie Enterprise-2.0-Lösungen nutzen, auf welchen Ebenen?

Kategorien:

- unter einzelnen Mitarbeitern
- innerhalb von Projektteams
- auf Abteilungsebene
- unternehmensweit
- unternehmensübergreifend in der Kooperation mit Partnern
- weiß nicht

Budgetierung

Frage:

Welche Priorisierung erfährt Enterprise 2.0 hinsichtlich der Budgetierung?

Kategorien:

- Investitionsschwerpunkt
- eher zweitrangig
- eine unter vielen
- unwichtig
- weiß nicht

Branche

Frage:

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen hauptsächlich tätig?

Standortverteilung

Frage:

Wie sind die Standorte Ihres Unternehmens verteilt?

Kategorien:

- ein Standort in Deutschland
- mehrere Standorte in Deutschland
- mehrere Standorte in Europa
- mehrere Standorte über Europa hinaus

Mitarbeiterzahl

Frage:

Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen?

Kategorien:

- < 100
- 101 – 500
- 501 – 1.000
- – 5.000
- 5.000

Position Befragungsteilnehmer

Frage:

In welcher Funktion sind Sie in Ihrem Unternehmen tätig?

Kategorien:

- Fachexperte
- Abteilungsverantwortung
- Bereichsverantwortung
- Unternehmensverantwortung
- Konzernverantwortung
- andere Funktion

eMail Versand Report

Frage:

Soll das Positionspapier Enterprise 2.0 an eine andere Mail-Adresse geschickt werden als die Einladung zur Teilnahme?

Name Befragungsteilnehmer

Frage:

Geben Sie uns bitte einen Namen zu der Adresse

7 Anlage 2: Befragungsgesamtheit

7.1 Kodierung qualitativer Merkmale

Der Fragebogen enthält insgesamt über 60 Variable. Mit dem Ziel der kompakten Ergebnisdarstellung wurden bei einigen Fragen die qualitativen Ausprägungen kodiert (vgl. Tabelle 3).

Einsatzmöglichkeiten	
keine Relevanz	1
geringe Relevanz	2
mittlere Relevanz	3
hohe Relevanz	4
sehr hohe Relevanz	5
Technologienutzung	
keine Nutzung geplant	1
Projekt geplant	2
Test geplant	3
Test läuft	4
produktive Nutzung	5
Erwartete Effekte	
kein Effekt	1
geringer Effekt	2
mittlerer Effekt	3
starker Effekt	4

Barrieren bei der Einführung	
kein Problem	1
kleines Problem	2
mittleres Problem	3
großes Problem	4

Tabelle 3: Kodierung der Kategorien

7.2 Befragungsteilnehmer

Gewinnung der Befragungsteilnehmer

Insgesamt nahmen 402 Experten und Entscheider an der Befragung teil.

Die Ansprache von Unternehmen zur Mitwirkung an der Befragung erfolgte über zwei Organisationen.

- Der BITKOM lud Unternehmen zur Mitwirkung ein, die an Anwender-Kongressen des BITKOM teilgenommen hatten. 214 ausgefüllte Fragebögen konnten so für die Auswertung gewonnen werden.
- Ein Verlag, der sich mit seinen Zeitschriften an die Anwender von Produkten und Services der Informationswirtschaft wendet, sprach seine Leser an und gewann so 163 anonym an der Befragung mitwirkende Experten.
- Es wurde eine Agentur verpflichtet, die auf Wunsch Mitwirkende bei der Beantwortung der Fragen begleitete. Auf diese Weise konnten zusätzlich 25 ausgefüllte Fragebögen gewonnen werden.

Branchenzuordnung der mitwirkenden Unternehmen

Der BITKOM verfügt durch seine Aktivitäten über besonders gute Beziehungen zu Unternehmen des produzierenden Gewerbes, zu Handelsunternehmen sowie zu Finanzdienstleistern.

Branche	Zahl der Unternehmen
Landwirtschaft, Forstwirtschaft, Fischerei	1
Produzierendes Gewerbe	59
Baugewerbe	2
Handel, Gastgewerbe, Verkehr	15
Finanzierung, Vermietung, Unternehmensdienste	93
Öffentliche und private Dienstleistungen	38
Informationswirtschaft/Medien	158
Keine Zuordnung	27
Energiegewinnung und -versorgung	9
Summe	402

Tabelle 4: Branchenstruktur in der Befragungsgesamtheit

Das Gros der Unternehmen, die der Branche „Finanzierung, Vermietung, Unternehmensdienste“ zuzuordnen sind, wird von Beratungsunternehmen gebildet.

Das Spektrum der Unternehmen in der Gruppe „Öffentliche und private Dienstleistungen“ ist ziemlich breit. Hier sind insbesondere Branchenverbände, Institutionen der öffentlichen Verwaltung (zumeist von der Bundesebene) sowie Forschungs- und Bildungsorganisationen vertreten.

Zu den Unternehmen der Branche „Informationswirtschaft/Medien“ gehören Vertreter sämtlicher Segmente des ITK- und Medienmarktes. Besonders stark vertreten sind Software- und Systemhäuser sowie Anbieter von

Professional Services (ITK-Beratung, Systemintegration, Implementierung) und Outsourcing-Anbieter.

Qualität der ausgefüllten Fragebögen und Teilnehmer der Befragung

Bei der Analyse der Befragungsergebnisse wurden schlecht ausgefüllte Fragebögen ausgeklammert. Als Indiz dafür galt u.a. eine hohe Zahl von Fragen, die nicht oder mit „weiß nicht“ beantwortet wurden.

Es verblieben 402 auswertbare Fragebögen.

Rund zwei Drittel der Befragungsteilnehmer sind Entscheider mit unterschiedlich weitreichenden Verantwortlichkeiten, ein Viertel ordnet sich selbst als Experte ein (vgl. Abbildung 22).

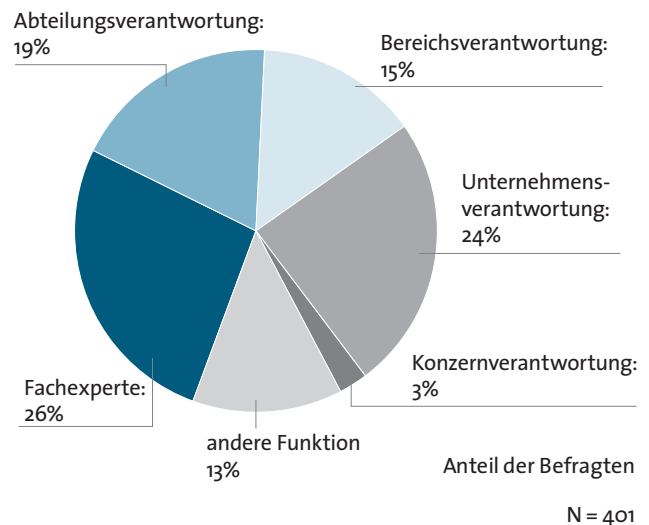


Abbildung 22: Position der Befragungsteilnehmer

Eckdaten der befragten Unternehmen

Für Tiefenanalyse der Befragungsergebnisse wurden Angaben zur Mitarbeiterzahl und zur Standortverteilung erhoben.

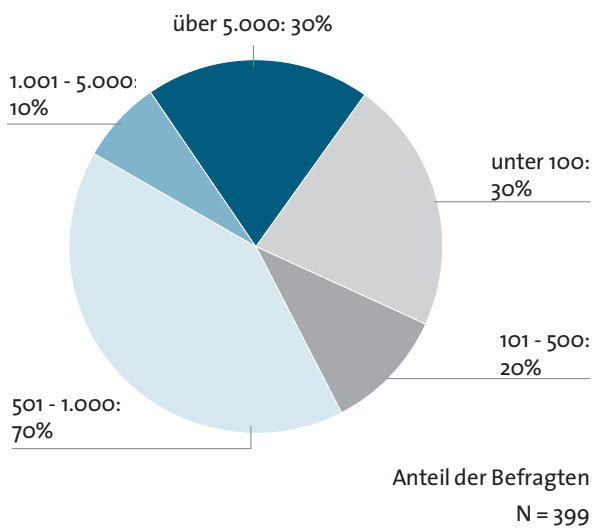


Abbildung 23: Betriebsgrößenstruktur der Unternehmen und Organisationen

Sehr stark vertreten sind Unternehmen, die über weniger als 100 Mitarbeiter und mehr als 5.000 Mitarbeiter verfügen (vgl. Abbildung 23). Am schwächsten vertreten sind Unternehmen mit 501 bis 1.000 Mitarbeitern.

Enterprise 2.0 legt einen deutlichen Schwerpunkt auf Kommunikation, Kollaboration und Vernetzung. Daher wurde auch die Standortverteilung erhoben (vgl. Abbildung 24).

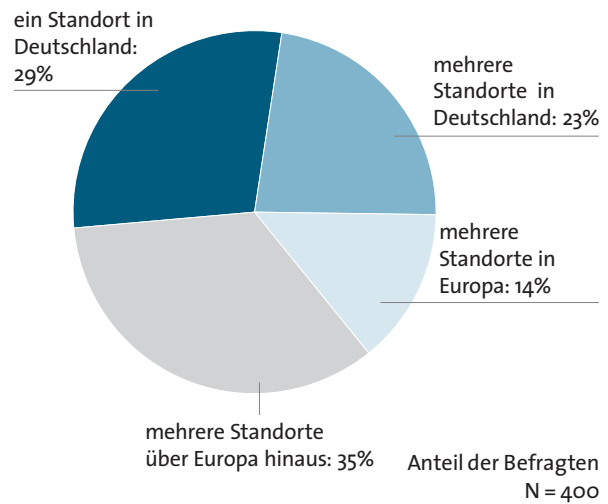


Abbildung 24: Mitwirkende Organisationen - Zahl und Verteilung der Standorte

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.200 Unternehmen, davon 900 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software, IT-Services und Telekommunikationsdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungspolitische Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.



Bundesverband Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel.: 030.27576-0
Fax: 030.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org