



Social Collaboration im Unternehmen

Gute Ideen entstehen selten, wenn wir uns allein in unserem Büro hinter dem Schreibtisch verschanzen. Oft kommt die zündende Idee beim Zusammentreffen mit Kollegen in der Kaffeeküche, in der Raucherpause oder auch ganz klassisch im Meeting. Befindet sich eine Gruppe von Personen, die das gleiche Ziel verfolgen, zusammen in einem Raum, dann passiert das Netzwerken, das Teilen von Informationen und das Kommunizieren von Ideen ganz automatisch.

Nur geteilte Ideen werden Realität

Diesen natürlichen Mechanismus überträgt das Prinzip von Social Collaboration auf den digitalen Raum. Social Collaboration ermöglicht einer Gruppe von Personen die Interaktion und das Teilen von Informationen und Ideen, oft in Hinblick auf das Erreichen bestimmter Projektziele in einem definierten Zeitrahmen. Das Konzept ist eng verknüpft mit dem des Social Networking. Während aber in den sozialen Netzwerken Einzelpersonen Information eher ungezielt veröffentlichen, zielt Social

Collaboration stärker auf Gruppen und ihre Zusammenarbeit untereinander ab. Auch zum Konzept des Crowdsourcing bestehen enge Parallelen. Social Collaboration verbindet Community und Collaboration und kann nur in einem System funktionieren, das Kommunikation, Teilen und Netzwerken verbindet.

Ideen sind überall

Innovative Technologien und Tools bieten große Chancen für Unternehmen, die den Netzwerkgedanken auf die Zusammenarbeit ihrer Mitarbeiter ausweiten und die traditionellen Grenzen der Kommunikation überwinden wollen. Social Collaboration überträgt die Prinzipien des Web 2.0 ins Unternehmen und ermöglicht so die effektive Zusammenarbeit von Gruppen. Inspiration, Wissensaustausch und das Verfolgen gemeinsamer Ziele stehen dabei im Vordergrund.

Laut IBM werden 95 Prozent der großen Unternehmen den Schwerpunkt verstärkt darauf legen, die Kundennähe im Laufe der nächsten fünf Jahre zu vergrößern. 57 Prozent sehen es als wahrscheinlich an, dass sie ihren Mitarbeitern die Möglichkeit geben werden, Tools für Social Networking und die Onlinezusammenarbeit einzusetzen.

Die Möglichkeiten sind vielfältig: Profile, Blogs, Wikis, Lesezeichen, Tagging, Aktivitäten, Communitys, die gemeinsame Dateinutzung, Teamarbeitsbereiche mit Tools für das Contentmanagement, unternehmensinternes Instant Messaging, Onlinebesprechungen, Audio- und Video-Chats, E-Mail und Kalender – vor Ort oder in der Cloud.

Collaboration-Software, -Plattformen und -Tools

Schaut man sich in den Unternehmen um, werden oft große und schwerfällige Lösungen zum Dokumenten- und Wissensmanagement eingesetzt, die eine optimale Anbindung an weitere Unternehmensanwendungen bieten und den Sicherheitsanforderungen entsprechen. In unserer Freizeit hingegen nutzen wir soziale Netzwerke und Anwendungen, die schnell, unkompliziert, flexibel und intuitiv zu bedienen sind. Die Herausforderung für Social-Collaboration-Tools besteht darin, diese beiden Nutzungsszenarien miteinander in Einklang zu bringen und das Beste aus beiden Welten zu vereinen.



Doch wer sich im Dschungel der möglichen Lösungen umschaut, sieht schon bald den Wald vor lauter Bäumen nicht. Der Markt der Social-Collaboration-Software ist dynamisch und unübersichtlich, und viele Lösungen ähneln sich stark. All diese Systeme haben ihre Stärken und Schwächen; Unternehmen sollten sich daher vorher genau überlegen, welche Funktionen sie benötigen und wie die spezifischen Anforderungen sind.

Mögliche Features sind zum Beispiel:

- Mobile Nutzung
- Lokalisierung
- Networking/Nutzerprofile
- Gruppen
- Suche
- Zeitkontrolle/Arbeitszeiterfassung
- Dokumentenmanagement
- Automatische Benachrichtigungen
- News/Blog
- Umfragen und Abstimmung
- Kalender
- Diskussionen

Große Plattformen wie z.B. SharePoint vereinen diese Features in einer Anwendung, während spezialisierte Anbieter sich auf einzelne Schlüsselfunktionen fokussieren.

Microblogs

Der bekannteste Microblogging-Dienst Twitter ist längst im privaten und beruflichen Kontext etabliert. Für Unternehmen, die Microblogging als internen Kommunikationskanal und E-Mail-Ersatz nutzen wollen, sind insbesondere die Punkte Datensicherheit, eine ausgereifte Suche, Tagging-Möglichkeiten, Archivierung, Schnittstellen, mobile Anbindung, automatische Benachrichtigungen und gute Usability relevant. Kostenlose soziale Netzwerke für den unternehmensinternen Einsatz sind z.B. Chatter oder Yammer.

Dokumentenmanagement

Ein in die Social Software integriertes Dokumentenmanagement ermöglicht nicht nur den sicheren Austausch von Dateien und Dokumenten, auch eine versionsgetreue oder parallele Bearbeitung ist damit möglich. Stellt ein User ein aktualisiertes Dokument ins System, können die Kollegen darauf schon direkt auf der Startseite per Activity Stream aufmerksam gemacht oder direkt benachrichtigt werden. Die besten Anbieter für Dokumentenmanagement können Sie in unseren HR Performance-Anbieterübersichten nach den für Sie relevanten Anforderungen vergleichen.

Portale

Social-Collaboration-Portale wie Plone oder LIFERAY können multiple Projekte und User abbilden und bieten vielfältige Funktionen wie die browserbasierte Erstellung und Verwaltung von Inhalten, die Abstimmung und Bewertung von Content durch die User, Kompatibilität mit mobilen Geräten und vieles mehr.

Zusätzliche Gadgets und Plug-ins ermöglichen die individuelle Anpassung für jeden Bedarf.

Intranet

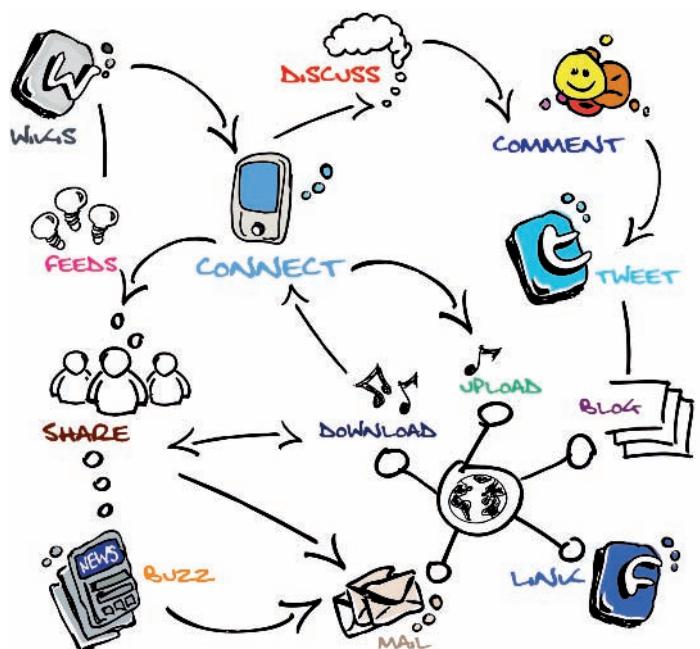
Nicht immer können alle Beteiligten zum Gedankenaustausch an einen Tisch geholt werden. Intranet kommt in vielen Unternehmen zum Einsatz. Ein Intranet funktioniert prinzipiell wie eine Webseite im Internet: Es verwendet Internetprotokolle und kann über den Browser genutzt werden, ist jedoch auf das unternehmensinterne Netzwerk begrenzt. Bei einem Extranet können darüber hinaus Zugriffsrechte für Partner und Kunden vergeben werden. Neben Eigenentwicklungen stehen eine ganze Reihe Standard-Lösungen zur Auswahl, die nach Bedarf angepasst werden können.

Wiki

Auch beim Einsatz eines Wikis ist die Auswahl des passenden Systems abhängig von unternehmensinternen Faktoren wie der Firmenkultur und Organisationsstruktur sowie dem spezifischen Anwendungsfall. Für wissensorientierte Unternehmen, in denen die meisten Mitarbeiter über einen Rechnerzugang verfügen, kann sich die Einrichtung eines Wikis lohnen. Flache Hierarchien und eine offene Unternehmenskultur sind gute Voraussetzungen für den Erfolg. Die Lösungen reichen von einfachen Produkten, die sich auf die wichtigsten Features konzentrieren, bis hin zu großen Systemen mit umfangreichen Funktionen. Einen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten liefert das Vergleichsportal WikiMatrix.

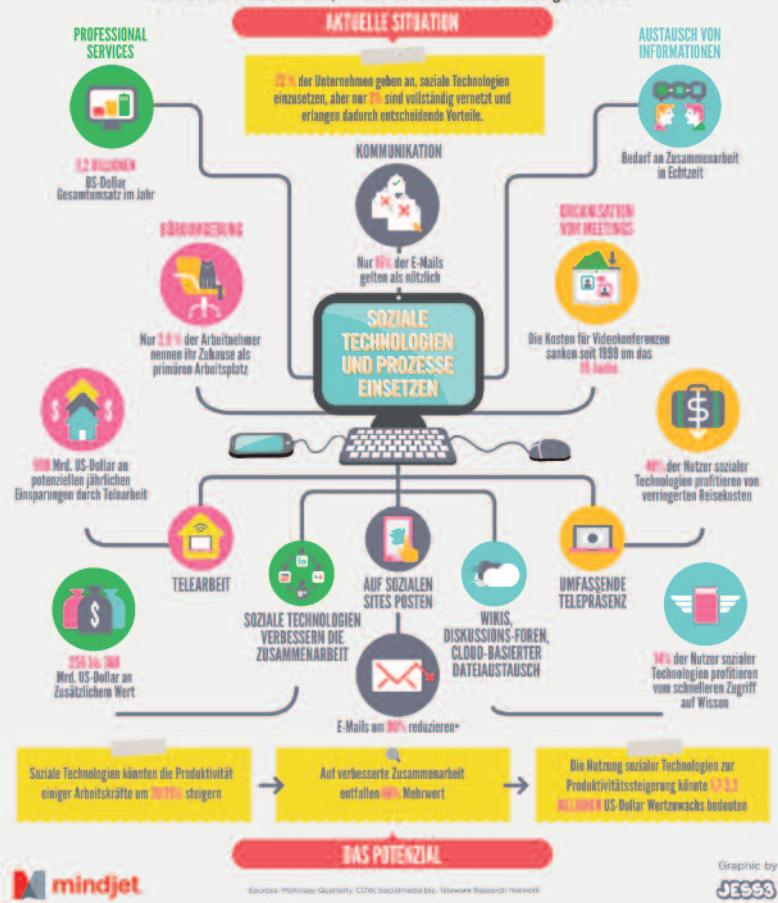
Fünf Tipps für die Einführung von Collaboration-Projekten

„Provide and pray“ nennt es der US-Marktforscher Gartner, wenn Unternehmen Social-Collaboration-Initiativen starten



VERBUNDEN AM ARBEITSPLATZ

Fachleute sind zunehmend bereit, die neu entstehenden sozialen Technologien zu nutzen.



und auf Aktivitäten der Mitarbeiter hoffen. 90 Prozent solcher Ansätze bleiben wirkungslos, erklären die Analysten. Sie stützen das auf Studien unter insgesamt rund 1.000 Firmen. Gartner schätzt, dass sieben von zehn Unternehmen mittlerweile irgendeine Form von Collaboration-Projekt – sei es ein Firmenblog oder ein internes Wiki – aufgesetzt haben. Oft jedoch scheitern solche Vorhaben schlicht daran, dass im Vorfeld keine Ziele definiert wurden. „Ohne ein gut ausgearbeitetes und überzeugendes Ziel werden die meisten Social-Media-Initiativen keinen Mehrwert fürs Geschäft erbringen“, sagt der Gartner-Analyst Anthony Bradley. „Bei Provide and Pray setzt man den Leuten Social-Collaboration-Technik vor die Nase und betet, dass dabei etwas Gutes herauskommt – zum Beispiel, dass sich eine Community bildet und die Interaktion der Teilnehmer einen natürlichen Mehrwert schafft.“

Um einen konkreten Nutzen aus der Zusammenarbeit zu ziehen, sollten folgende Punkte berücksichtigt werden:

Was habe ich davon: Die Mitarbeiter haben eine natürliche Motivation, sich zu beteiligen, sie erkennen den persönlichen Nutzen des Projekts. Muss das Unternehmen einen künstlichen

Anreiz schaffen, z.B. durch Prämien, wird das Vorhaben wahrscheinlich nicht funktionieren.

Die Macht der Vielen: Das Projekt sollte möglichst viele Beteiligte aktivieren, die sich vernetzen und Inhalte liefern. Die besten Communitys generieren den Großteil ihrer Inhalte über die Beteiligung der User.

Messbarer Nutzen: Das Vorhaben sollte als Geschäftsmodell mit Zielen klar definiert werden. Messbare Ziele und Feedback liefern zusätzliche Anreize und stärken die Motivation der Teilnehmer.

Entwicklungs-Risiken: Wählen Sie Ziele, auf denen die Community aufbauen kann. Die Beziehungen der einzelnen Ziele untereinander sollten identifiziert und ihre Wechselwirkungen untereinander definiert werden.

Risiken vermeiden: Vier Typen von Risikofaktoren sollten insbesondere Unternehmen, die zum ersten Mal ein Social-Collaboration-Projekt starten möchten, beachten.

- Kulturelles Risiko:** Ist Social Collaboration als Konzept kompatibel zur Unternehmenskultur – wirkt sich diese eher unterstützend oder störend aus?
- Adoptions-Risiko:** Nehmen die Mitarbeiter das Vorhaben an und sind sie gewillt, sich dafür zu engagieren?
- Informations-Risiko:** Handelt es sich bei den zu teilenden Informationen um vertrauliche Dokumente und sensible Daten, die nur von autorisierten Personen eingesehen werden dürfen?
- Ergebnis-Risiko:** Auch wenn sich eine Community bildet, sind produktive Ergebnisse nicht garantiert.

Dass soziale Technologien und Prozesse am Arbeitsplatz nicht mehr aufzuhalten sind, belegen verschiedene Studien amerikanischer Forschungsinstitute. Insgesamt könnten sie die Produktivität bis zu 25 Prozent steigern (siehe Infografik links).

Wie sieht es in Ihrem Unternehmen aus? Haben Sie bereits Erfahrungen mit Social Collaboration gesammelt? Wenn Sie Ihre Erfahrungen mit anderen Lesern teilen möchten, schreiben Sie mir an herz@datakontext.com.



Autorin:
JESSICA HERZ ist Online-Redakteurin der HR Performance und ausgebildete Online-Marketing-Managerin.