

# Enterprise Social Network

Oft auch als *Social Intranet* (SI) bezeichnet.

Enterprise Social Networks werden definiert als „Menge von Technologien, die Unternehmen einen Mehrwert verschaffen, indem sie die Mitglieder einer Organisation durch Profile, Aktualisierungen und Mitteilungen miteinander vernetzen“ ([1], S. 3, eigene Übersetzung).

Enterprise Social Networks (im Singular und im Plural im Folgenden mit ESN abgekürzt) gelten als wichtigste Komponente im Enterprise 2.0. Im Unterschied zu klassischen Kollaborationslösungen wie Foren, Wiki oder Chat handelt es sich beim ESN um eine integrierte Software, die das gesamte Intranet einbezieht und von Look & Feel her den bekannten sozialen Netzwerken aus dem Internet – Public Social Networks (PSN) bzw. Internet Social Networks (ISN) wie Facebook oder Google+ – nachempfunden ist. Ein ESN kann sowohl im Unternehmens-Intranet (Corporate Intranet, im Folgenden kurz Intranet) eingesetzt werden als auch im Extranet mit Kunden und Lieferanten. Weiterhin kann es z.B. zur Vernetzung von Verbänden und anderen Organisationen dienen.

Gemäß einem McKinsey-Report aus dem Jahr 2012 wird geschätzt, dass 20-25 % der sog. Wissensarbeiter (Knowledge Worker) eine Steigerung der Produktivität durch „Social Technologies“ erreichen, 74 % „greifen schneller auf Wissen zu“ und 58 % der beteiligten Unternehmen „konnten die Kommunikationsausgaben reduzieren“. [2]

Mit der oben gegebenen Definition des ESN wird betont, dass sein Mehrwert vor allem auf der sozialen Ebene liegt und nicht rein technologisch zu sehen ist. Insofern hebt dieser Beitrag auf beide Aspekte ab:

- Worin besteht der Nutzen des ESN?
- Wie kann das ESN optimal technologisch realisiert werden?

Dieser Beitrag beginnt mit der Diskussion von Problemen klassischer Intranetlösungen und wendet sich dann genauer dem angestrebten Nutzen und den Zielen bei der Einführung eines ESN zu. Es folgen eine Kurzübersicht über die Komponenten eines ESN sowie ein Vergleich mit Facebook. Der

**► Enterprise Social Network**

technologisch orientierte Teil endet mit der Beschreibung von Besonderheiten des ESN in Intranets. Abschließend werden – in Anlehnung an Studien – Faktoren benannt, die eine erfolgreiche Einführung des ESN im Unternehmen begünstigen.

**Probleme klassischer Intranetlösungen**

Der Bedarf nach neuer Software ergibt sich u.a. aus den folgenden Problemen klassischer Intranetlösungen in Unternehmensnetzwerken:

- **One-way-Kommunikation**  
Die Informationen bzw. Inhalte (Content) werden über ein Content Management System (CMS) von wenigen Personen („Redakteuren“) aus den Fachabteilungen oder sogar nur aus einer Abteilung bereitgestellt. Eine dezentrale Pflege und ein Feedback finden selten bis gar nicht statt. Ein Gefühl der Eigenverantwortung kommt nicht auf.
- **Abhängigkeit vom zentralen Administrator**  
Neue Bereiche im Intranet (z.B. Informationen zu einer Projektgruppe) lassen sich nur über einen Intranet-CMS-Administrator anlegen und verwalten. Dadurch kommt es oftmals zu Verzögerungen oder man verzichtet ganz auf eine interne Publikation.
- **Schwierige Struktur und Navigation**  
Durch die Bereitstellung einer zentralen Navigation sind viele Inhalte nur tief in den unteren Ebenen versteckt zu finden. Oft können diese Inhalte erst durch eine Volltextsuche aufgefunden werden. Neue Informationen werden dabei nicht augenfällig betont und damit oft nicht wahrgenommen.
- **Veraltete Inhalte und tote Bereiche**  
Durch Abhängigkeit von wenigen Redakteuren und komplexen CMS-Systemen werden nach dem ersten Einpflegen viele Inhalte nicht aktualisiert. So sind veraltete Beiträge anzutreffen, mitunter sogar leere Rubriken ohne jeden Inhalt.
- **Viele Tools, wenig Integration**  
Ein über Jahre gewachsenes Intranet zeichnet sich, neben dem

# A

## ► Enterprise Social Network

CMS, durch weitere Anwendungen aus wie Foren, Wiki, Chat und E-Mail, die nebeneinander aufgebaut worden sind – allzu oft ohne Verbindung zueinander. Mitarbeiter müssen bei der täglichen Arbeit zwischen diesen Anwendungen wechseln. Einheitliche Nutzbarkeit (Uniform Usability) und Integration fehlen zumeist.

### ● Keine mobile Version

Intranets wurden häufig in den Jahren 2000-2004 aufgebaut und später nur geringfügig erweitert, z.B. um eine Volltextsuche. Dabei werden moderne Endgeräte wie Tablets oder Smartphones meistens noch nicht voll unterstützt. Weil Social Network Software (SNS) relativ jung ist, sind solche Funktionen dort in aller Regel vorzufinden.

### Nutzen und Ziele eines ESN

Charlene Li [1] nennt als ein Ergebnis ihrer Befragung von 44 Unternehmen mit jeweils mehr als 250 Angestellten folgende Ziele für die Einführung eines ESN:

- bewährte Vorgehensweisen (Best Practice) miteinander teilen;
- abteilungsübergreifende Zusammenarbeit stärken;
- Informationsfluss fördern;
- strategische Transformation des Unternehmens sowie Wandel der Unternehmenskultur unterstützen;
- Zusammenarbeit innerhalb der Teams bzw. Abteilungen stärken;
- Bildung einer virtuellen „Kaffeeküche“ initiieren;
- Experten identifizieren;
- spezifische Unternehmensprozesse verbessern (Marketing, Verkauf, Forschung & Entwicklung);
- Aufkommen interner E-Mails reduzieren;
- weniger und effektivere Meetings;
- Mitarbeiterbindung erhöhen.

Im Folgenden werden einige Punkte genauer erläutert:

# A

## ► Enterprise Social Network

**Kommunikation optimieren:** Durch ein ESN rücken die Mitarbeiter von Abteilungen in verschiedenen Gebäudebereichen und Unternehmensstandorten näher zusammen. Sie können dadurch schneller und effizienter kommunizieren, Wettbewerbsvorteile erkennen und nutzen. Diese Entwicklung folgt einem aktuellen Trend, der sich auch in der Architektur moderner Bürogebäude widerspiegelt. Dabei werden z.B. Sofa-Ecken zwischen den Büros aufgestellt, die für Projekttreffen verwendet werden, oder Räumlichkeiten sind um ein zentrales Atrium angeordnet, um einen Marktplatz für Zusammenkünfte zu schaffen. Als beispielhaft gilt das UNILEVER-Haus in der Hamburger Hafencity. Die Problematik der fehlenden Kommunikation zwischen Mitarbeitern eines Unternehmens wird durch die sog. Allen-Kurve – benannt nach Prof. Thomas J. Allen am Massachusetts Institute of Technology (MIT) – beschrieben. [3]

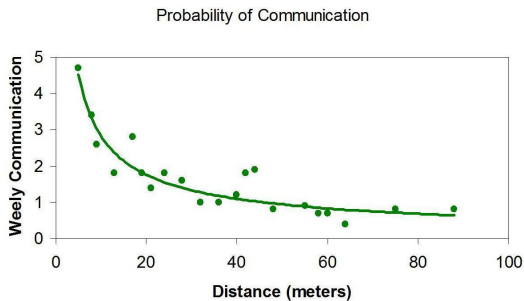


Bild 006341: Allen-Kurve, Quelle: [5]

Demnach existiert eine starke negative Korrelation zwischen der Distanz von Mitarbeitern im Bürogebäude und der Frequenz ihrer Kommunikation. Nach der Beobachtung von Allen erstreckt sich diese Regel auch auf andere Kommunikationsformen, wie z.B. das Telefonieren. Entgegen der Erwartung, dass aufgrund der größeren räumlichen Entfernung mehr telefoniert wird, findet man, dass häufiger mit denjenigen Kollegen telefoniert wird, die man ohnehin oft persönlich sieht. Andererseits gilt auch, dass das E-Mail-Netzwerk nicht sehr gut das informelle persönliche Kommunikationsnetzwerk eines Unternehmens abbildet (vgl. [4]), wie man das nach Allens Regel vielleicht erwarten würde. Ein ESN bietet dagegen u.a. durch Profilfotos und Videokonferenzen ein Gefühl räumlicher Nähe.

### ► Enterprise Social Network

**Akzeptanz bei jungen Mitarbeitern steigern:** Die „Social Media Generation“ nutzt privat ganz selbstverständlich Tools wie Facebook und Twitter. Die Möglichkeit, diese moderne Art der Kommunikation auch am Arbeitsplatz anzubieten, ist daher ein Schlüsselfaktor, um neue Talente zu gewinnen. Hier zeigen sich Parallelen zu anderen Internet-Technologien, wie z.B. E-Mail, welche zuerst im universitären Umfeld genutzt wurden und erst gegen Mitte/Ende der 1990er-Jahre Einzug in Unternehmen gehalten haben. Mit der erfolgreichen Einführung einer Social Intranet Software (SIS) können das Betriebsklima verbessert und die Motivation der Mitarbeiter gesteigert werden. Allerdings setzt das insgesamt eine Organisation mit einer offenen Kommunikationskultur voraus.

**Innovation fördern:** Laut einer MIT-Studie, ebenfalls von Thomas J. Allen, entstehen 80 % aller Innovationen durch „informelle Gespräche“ [5]. Innovative Unternehmen oder solche, die ihre Innovationsgeschwindigkeit erhöhen möchten, schaffen daher Möglichkeiten zur informellen Kommunikation, die u.a. auch in einem ESN stattfinden kann. Denn beim ESN handelt es sich nicht ausschließlich um zielgerichtete Kommunikation wie am Telefon oder per E-Mail; es ist mitunter eher vergleichbar mit zufälligen, nicht geplanten Gesprächen über unternehmensrelevante Themen im Büro, auf dem Flur oder in der Kaffeeküche. In den letzten Jahren wurden in Unternehmen durch die Einführung von Volltext-Suchmaschinen vorhandene digitale Inhalte erschlossen, z.B. Dateiserver oder Dokumentenmanagementsystem (DMS), um sie Mitarbeitern zugänglich zu machen. Ein Social Network hingegen ist gegenwartsorientiert. Es bildet ab, was momentan gerade im Unternehmen stattfindet, also welche Inhalte gerade eingegeben werden, an welchen Projekten aktuell gearbeitet wird, was die Mitarbeiter beschäftigt und welche Ideen für die Zukunft daraus entstehen können. Inwieweit es Innovationen, die im ESN entstehen, am Ende wirklich von der virtuellen in die reale Welt schaffen, ist Gegenstand aktueller Forschung. [6]

**Interne E-Mails abschaffen:** Teile der E-Mail-Kommunikation können verlagert oder überflüssig werden, denn ESN bieten schnellere Möglichkeiten, Information in Echtzeit auszutauschen. Ein Vorreiter dieser Idee ist der französische IT-Dienstleister Atos<sup>1</sup>: So hat Thierry Breton, Vorstands-

---

<sup>1</sup><http://www.de.atos.net>

## ► Enterprise Social Network

vorsitzender von Atos, den Ausstieg aus der elektronischen Post mit einem Verbot für interne E-Mails verkündet, weil Chat und soziale Plattformen effizientere Kommunikationsmittel sind: „Es ist nicht normal, dass einige unserer Kollegen stundenlang am Abend ihre E-Mails abarbeiten“, erklärte er. „Die E-Mail ist kein geeignetes Kommunikationswerkzeug mehr.“ [7]

### **Bestandteile eines ESN – eine Kurzübersicht**

Ein ESN bzw. ein Social Intranet bietet in aller Regel folgende Komponenten an:

- **Activity Stream mit Kommentarfunktion und Publisher**  
Hier laufen alle Neuigkeiten in einer Übersicht zusammen. Im Gegensatz zu einem klassischen Newsticker können neue Inhalte unterschiedlicher Art (Texte, Dokumente, Bilder usw.) über den Publisher (Herausgeber) veröffentlicht und bestehende Einträge kommentiert werden.
- **Gruppenverwaltung**  
Einteilung der Inhalte in Gruppen für Abteilungen und projektspezifische Themen. Man unterscheidet zwischen offenen, geschlossenen und versteckten Gruppen. Bei den letzten beiden Typen muss eine Mitgliedschaft beantragt werden und versteckte Gruppen sind sogar nur für die Gruppenmitglieder sichtbar. Oft wird die Möglichkeit geboten, dass ein sehr großer Kreis oder sogar fast alle Mitarbeiter neue Gruppen anlegen können.
- **Integrierte Anwendungen**  
Dazu gehören z.B. Bilder- und Dokumentenverwaltung, Kalender, Projekt- und Aufgabenmanagement, Customer Relationship Management (CRM) usw.

## ► Enterprise Social Network

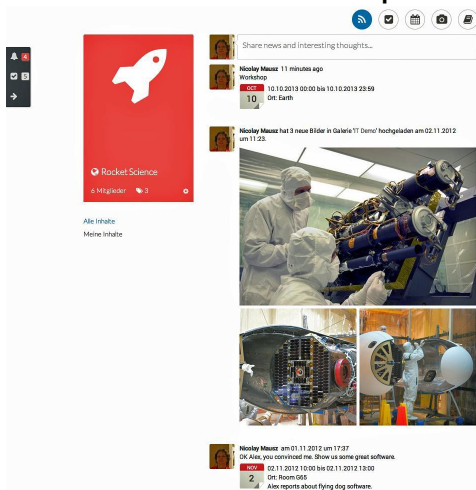


Bild 006342: Activity Stream mit zwei Terminen und Fotos

- **Mitarbeiterprofile**

Im Mitarbeiter- oder auch Kompetenzprofil (Skill Profile) sind gemeinhin sämtliche Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten eines Mitarbeiters abgebildet. Hinzu kommen weitere Profilelemente wie Foto, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Sprache(n), Interessen, Ausbildung usw.

- **Volltextsuche**

Sie erstreckt sich über alle Inhalte.

- **Nachrichten- und Benachrichtigungsfunktion**

Der Nachrichtenversand erfolgt entweder direkt über einen Chat oder offline – ähnlich E-Mail.

- **Kollaborationstools**

Dazu gehören z.B. Videokonferenz, Bildschirmfreigabe usw.

- **Schnittstellen**

Gemeint sind Schnittstellen zu andern Intranet-Anwendungen und

**► Enterprise Social Network**

Tools, wie z.B. LDAP<sup>2</sup>, Wiki, DMS usw.

**Vergleich eines ESN mit Facebook & Co (PSN/ISN)**

Zweifellos ist der Ursprung von ESN-Software in den bekannten Social Networks im Internet zu finden. Es ist hierbei auch in Zukunft sinnvoll, deren jeweils neueste Funktionen zu analysieren und den potenziellen Nutzen für einen Einsatz im Intranet zu prüfen, da die Innovationsgeschwindigkeit dort sehr hoch ist. Bekannte Vertreter sind Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Xing, Vkontakte oder LinkedIn. Dabei spielt die einfache Benutzerführung eine wichtige Rolle. Dieses Merkmal findet sich oft auch in ESN-Produkten, bei denen – mehr als bei Business Software normalerweise üblich – viel Wert auf hohen Bedienkomfort gelegt wird. Oft sind Inhalte in privaten sozialen Netzwerken recht trivialer Natur: Anmerkungen zu Urlaubsfotos, ein Bekannter ist Fan von jemandem geworden oder einer Gruppe beigetreten, ein anderer ist mit jemandem befreundet, den man nicht kennt usw. Daher werden soziale Netzwerke im Internet in der Regel von Unternehmen nicht gern gesehen und ggf. am Arbeitsplatz sogar gesperrt, damit Mitarbeiter dort nicht zu viel Zeit verbringen.

Im Intranet hingegen sind fast alle Informationen wichtig. Umso sinnvoller ist es, diese Aspekte zusammenzuführen und die internen, betrieblich relevanten Inhalte in gewohnter Umgebung – wie bei Facebook & Co – zu verwenden.

Im Vergleich zu Public Social Networks (PSN) bzw. Internet Social Networks (ISN) wie Facebook und Twitter sind im Kontext von Unternehmen wichtige soziale Beziehungen bereits im Organigramm strukturiert (z.B. Abteilungen, Standorte, Projektgruppen, Vorgesetzte) und von den einzelnen Mitgliedern nicht frei wählbar wie in PSN/ISN. Denn eine ganz freie Wahl kann negative Effekte haben und Problematiken wie Mobbing in das ESN übertragen: Wenn ein Kontaktwunsch z.B. nicht beachtet wird, dann kann es zu Verwerfungen kommen. So sollte bei der Produktauswahl darauf geachtet werden, dass die Organisationsstrukturen des Unternehmens abgebildet werden können und nicht – wie bei Facebook beispielsweise – umgesetzt sind als Netzwerke über sog. Buddylists (Kontaktlisten).

Das Organigramm des Unternehmens ist bei der quantitativen Analyse des

---

<sup>2</sup>Lightweight Directory Access Protocol



### ► Enterprise Social Network

Nutzungsverhalten und der Gruppenbildungen ebenso zu berücksichtigen wie das – vom Unternehmen oftmals erwünschte – Entstehen von Ad-hoc Communities. [8] [9]

### Planerische Entscheidungskriterien

Im Folgenden wird eine tabellarische Übersicht von Social-Network-Funktionen im Hinblick auf den Nutzen im Intranet dargestellt:

Funktion	Im Intranet sinnvoll?
Mikroblogging: „Was-mache-ich-gerade“-Funktion (Status-Update)	Mikroblogging hat auch ohne Verknüpfung zu weiteren Anwendungen einen großen Nutzen. Beispiele: „Workshop beim Kunden war erfolgreich.“; „Wer ist Experte in technischer Dokumentation?“; „Haben wir schon vorher mit dieser Agentur gearbeitet?“ Lohnend ist auch die Einbindung externer Anwendungen. Eine interessante Analyse von Mikroblogging-Daten aus Unternehmen liefert [10].
Activity Stream (Neuigkeiten)	Ebenfalls sehr nützlich, da einfach zu lesen und übersichtlich. Man erfährt von den Aktivitäten der Kollegen. Allerdings: Welche Information darf bzw. sollte der Mitarbeiter in dem Unternehmen von wem sehen? Hier sind Filter bzw. Zugriffsrechte wichtig. Außerdem bringt erst die Kommentarfunktion einen Mehrwert. Zusätzlich können auch Inhalte von externen Systemen (z.B. CRM, DMS) im Stream dargestellt werden.
Fotogalerie	Im Intranet wird nicht über Urlaubsfotos diskutiert. Allerdings sind auch im Kontext der Arbeit visuelle Medien unverzichtbar. Beispiele sind der Fortgang einer Baustelle, Screenshots von Anwendungen, eine Preview der neuen Marketingkampagne usw.
Chat, Video-Chat	Sinnvoll, da man keinen separaten Chat-Client starten muss.
Freundesliste	Kein Nutzen – sollte vermieden werden, um dem Gefühl, aus-

## ► Enterprise Social Network

	geschlossen zu werden, oder Mobbing keinen Vorschub zu leisten. Es gibt in der Regel schon Projektgruppen. Man hat unterschiedliche Kontaktnetzwerke im Intranet, welche angebunden werden sollen. Eine persönliche und nach außen nicht sichtbare Buddylist der wichtigsten Kontakte ist hingegen durchaus nützlich.
Profil, Profilfoto und Suche nach Personen	Eine Profifunktion mit Merkmalen wie Kompetenzen, Interessen usw. ist sehr sinnvoll. Ebenso die Integration von Profildaten aus bestehenden Datenbanken wie LDAP. Auf Profilfotos sollte nicht verzichtet werden: Werden Inhalte gemeinsam mit Foto dargeboten, erhöht das die Aufmerksamkeit und die Natürlichkeit der Kommunikation. Die Frage nach ehrlicher Selbstdarstellung auf den Profilen („Impression Management“) stellt sich vermutlich nicht in derselben Schärfe wie auf Online-Dating-Profilen, da die Personalabteilung über Lebensläufe und Zeugnisse der Mitarbeiter verfügt. Mit den Daten sollte sensibel umgegangen und zunächst Rücksprache mit dem Betriebsrat gehalten werden.
Postfach	Ein ESN-Postfach steht in Konkurrenz zur E-Mail (z.B. über Exchange-Server), die in der Unternehmensinfrastruktur bereits vorhanden ist. Bei dezentralen Organisationen wie Vereinen oder Verbänden ohne solche infrastrukturellen Möglichkeiten ist eine integrierte Messaging-Funktion immer nützlich. Man sollte darauf achten, dass die Nachrichten archiviert werden können und Chat-Nachrichten vollständig integriert sind.
Pinwand	Eine Übersicht der eigenen Aktivitäten sollte vorhanden sein. Einträge auf die Pinwände anderer Benutzer kann man auch anbieten, sie sind aber nur „nice to have“, z.B.: „Gratulation zum Projektabschluss“

## ► Enterprise Social Network

	oder „Viel Spaß im Urlaub“. Man kann also darauf verzichten.
Gruppen	Projektgruppen im Intranet sind wichtig und sollten Bestandteil eines modernen sozialen Netzwerks sein.
Mobile Version	Einige Unternehmen sind hier derzeit noch bei der Einführung einer Infrastruktur (z.B. geschäftliche Smartphones mit VPN <sup>3</sup> -Anbindung). Hierbei sollte auf eine Unterstützung der wichtigsten Betriebssysteme und Geräte (also auch Tablets) geachtet werden.
Cloud, Facebook & Co sind Dienste, die nur im Internet zur Verfügung stehen	Ob diese Funktionen sinnvoll sind, hängt ab von der Unternehmensgröße: Die meisten ESN-Hersteller bieten sog. Cloud-Lösungen an. Kleinere Unternehmen oder Organisationen ohne großen Sicherheitsanspruch können damit sehr schnell ein Intranet aufbauen. Für mittlere und größere Unternehmen dagegen ist die Ablage von sensiblen Unternehmensdaten auf fremden Servern meistens nicht akzeptabel. Hier sollte ein Anbieter gesucht werden, der die Software inkl. Service-Möglichkeiten wie Updates und Wartung, aber auch ggf. Anpassungen auf der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur anbietet.
„gefällt-mir“-Funktion	Es hat sich herausgestellt, dass ein „gefällt mir“ für einige Branchen bzw. Unternehmen ungeeignet ist. Trotzdem ist eine solche Feedback-Funktion nützlich; man sollte sie aber lieber „interessiert mich“ nennen.
Rechte und Privatsphäre	Die Mitarbeiter verstehen, dass alle Inhalte vom Unternehmen gesehen werden können. Privatsphäre ist im Unternehmenskontext also weniger ein Thema. Hingegen sind Rechte sehr wichtig, denn nicht jeder darf

---

<sup>3</sup>Virtual Private Network

## ► Enterprise Social Network

	auch alle Informationen zu sehen bekommen in einem Unternehmen.
--	---

Neben den gerade diskutierten Anpassungen von Funktionen aus Internet Social Networks, gibt es bei ESN in Intranets einige Besonderheiten zu beachten, die im Folgenden erörtert werden sollen:

- Schnittstellen,
- Suche und Tagging,
- Profile,
- integrierte Anwendungen,
- mobile Version,
- Benachrichtigungen und Abo-Funktionen sowie
- Aktualisierung in Echtzeit.

### Schnittstellen

Im Intranet spielt die Integration externer Systeme eine große Rolle. So könnten z.B. in einem externen System neu eingegebene Daten (z.B. neue Einträge im CRM) Meldungen in der Übersicht der Vertriebsgruppe im ESN verursachen. Beispielsweise wird von einem Vertriebsmitarbeiter ein neuer potenzieller Kunde in der Oberfläche des CRM eingegeben. Dieser Eintrag ist nun für alle anderen Vertriebsmitarbeiter im Social Network sichtbar, aber auch nur für diese, da die Inhalte nur für die Abteilung Vertrieb freigegeben sind. Nun können die Vertriebler den neuen Kundenkontakt im ESN mit Kommentaren versehen. Diese Kommentare sind andererseits auch wieder in der Einzelansicht im CRM sichtbar und können dort auch editiert werden. Darüber hinaus kann der Publisher (die „Was-mache-ich-gerade“-Funktion) mit individuellen Schnittstellen zu externen Systemen versehen werden und damit als Eingabeort dienen. In solchen Fällen wird ein Formular für die weitere Informationseingabe hinterlegt. So kann im Beispiel des CRM das Eingabefeld der Nachname sein und die anderen Felder bieten Vorname, Unternehmen usw. als notwendige Zusatzfelder an.

### Suche und Tagging

Im Gegensatz zu den sozialen Netzwerken im Internet ist ein einfacher Zugriff auf ältere Inhalte im Intranet von sehr hoher Wichtigkeit. Diese Inhalte sollten

## A

### ► Enterprise Social Network

wieder an den Anfang des Activity Stream springen, wenn sie geändert oder kommentiert wurden; damit verlieren sich aktuelle Diskussionen nicht in den Tiefen der Informationsliste. Die Volltextsuche erreicht idealerweise folgende Inhalte: Einträge im Activity Stream, Inhalte aus ESN-internen oder externen Anwendungen, wie z.B. einem DMS (inkl. Volltextsuche in den Dokumenten selbst: Word, PDF usw.), Personen (Profildaten) und schließlich Gruppen. Hierbei muss die Suche auch die Benutzerrechte berücksichtigen. Ein intuitives Interface ist Kernbestandteil eines ESN: So werden z.B. die Treffer aus den unterschiedlichen Quellen direkt beim Eintippen eines Suchbegriffs angeboten. Eine Schnittstelle zu anderen Enterprise-Search-Produkten ist notwendig, falls die Unternehmensrichtlinien ein solches Produkt vorsehen.

Mittels einer Tagging-Funktion können im ESN-Interface beim Publizieren oder beim Kommentieren sehr leicht weitere Schlagwörter zu den Inhalten hinzugefügt werden. Einige Hersteller bieten hier ein sog. Hash-Tagging direkt innerhalb desselben Textfeldes an; andere Hersteller setzen auf ein separates Eingabefeld für Schlagwörter, dann ohne Hash-Zeichen (#), stattdessen aber mit Vorschlagsfunktion (Suggest Function) während des Tippens (Social Tagging). Mit diesen Schlagwörtern stehen dann alle zugehörigen Inhalte mittels eines einfachen Mausclicks zur Verfügung. Beim Taggen von Personen werden diese in der Regel benachrichtigt. (vgl. Bild 006343)

Die beschleunigte Darstellung des Activity Stream für ausgewählte Zeiträume (z.B. durch eine Zoomfunktion mit Datumswahl) kann hilfreich sein. Hiermit kann elegant die oft anzutreffende Frage eines Mitarbeiters beantwortet werden, der nach dem Urlaub oder nach längerer Krankheit an seinen Arbeitsplatz zurückkehrt: „Was ist in der Zwischenzeit im Unternehmen passiert?“. Bei der Zuteilung von neuen Personen zu einer Projektgruppe ist diese Funktion ebenfalls sinnvoll, um einen schnellen Überblick zu gewährleisten. Hierbei sind Funktionen wie „Welche Themen wurden am häufigsten diskutiert?“ nützlich.

## ► Enterprise Social Network



Bild 006343: Tagging eines Beitrages

**Profile**

Nur wenn man über die Kompetenzen und Interessen der Kollegen informiert ist, kann dieses wertvolle Know-how in Projekten genutzt werden. Dabei bietet nahezu jedes ESN Eingabefelder für Kompetenzen, Qualifikationen, Interessen usw. an. Nützlich ist, wenn diese Information automatisch mit anderen Personen verknüpft wird: An dieser Stelle kann wiederum Social Tagging mit automatischen Wortvorschlägen zum Einsatz kommen, woraus sich indirekt eine Vorschlagsfunktion anderer Profile ergibt. Aufwendiger zu implementieren sind diese Features, wenn die Tags bei multinationalen Unternehmen in der jeweiligen Landessprache angeboten werden sollen. Hierbei kann entweder ein zentraler Wertevorrat mehrsprachig vorgehalten werden (z.B. über mögliche Qualifikationen) oder man einigt sich auf eine einzige Sprache (meist Englisch) zur Eingabe der Inhalte. Vorhandene Daten aus dem unternehmensinternen LDAP-Server (z.B. Kontaktdaten) sollten in ein Profil übernommen werden können.

**Integrierte Anwendungen**

Neben den Grundfunktionen wie Activity Stream, Profilen usw. bieten fast alle Hersteller integrierte Anwendungen an:

- Bilddatenbank inklusive automatischer Verkleinerung bzw. Vergrößerung der hochgeladenen Abbildungen und Alben.
- Dokumentenmanagementsystem (DMS), oft mit eigener Ordnerstruktur. DMS und Bilddatenbank sind bei einigen Systemen

## ► Enterprise Social Network

zusammengelegt.

- Kalender mit Gruppenterminen und ggf. persönlichen Terminen.
- Einfache Aufgabenverwaltung bis hin zum Projektplanungstool.
- Umfrage-Tool: Einfache Umfragefunktionen ähnlich Doodle<sup>4</sup> im Internet, um z.B. schnell gemeinsame Termine mit Gruppenmitgliedern zu finden und zu vereinbaren.
- Blogs, Wikis: Einige Anbieter bieten für das kollaborative Verfassen von längeren Texten entsprechende Wiki-Funktionen oder Blogs an.

Dabei stehen einige der mitgelieferten ESN-Anwendungen in Konkurrenz zu bestehender – oft leistungsfähigerer – Software, die bereits im Einsatz ist. So stellt sich z.B. die Frage, ob man eine mitgelieferte DMS-Funktion nicht besser durch eine Schnittstelle, z.B. zu einem Netzlaufwerk zur Datenablage oder zu einem vorhandenen DMS, austauschen sollte. Ebenso kann es sinnvoll sein, dass Termine im ESN z.B. mit einem Exchange-Server oder mit Outlook-Clients synchronisiert werden. Bestehende Archivierungsmechanismen spielen weiterhin eine Rolle: Wenn z.B. eine Projektgruppe ihre Arbeit beendet und somit diese Gruppe mit all ihren Projektergebnissen im ESN geschlossen werden kann, dann könnte z.B. ein PDF/A-Export aller Projekthinhalte für ein nachgelagertes Archivsystem angeboten werden. Bei ESN-Lösungen, die den Fokus auf Cloud-Nutzung legen, sind dagegen oft Schnittstellen zu Internetdiensten wie Google Docs<sup>5</sup> vorhanden.

### Mobile Version

Mit einer mobilen ESN-Version ist man auch unterwegs immer auf dem Laufenden und kann Kollegen die neuesten Informationen zukommen lassen. Hier müssen die Besonderheiten kleiner Smartphone-Bildschirme mit Touch-Benutzerführung berücksichtigt werden. Im Unternehmensumfeld sind dabei einige Herausforderungen bezüglich der unterstützten Hardware zu meistern. So werden z.B. zu einem wesentlich höheren Anteil als sonst üblich Blackberry Geräte verwendet (Stand 2014). Es handelt sich bei der

---

<sup>4</sup><http://www.doodle.com>

<sup>5</sup><http://docs.google.com>

### ► Enterprise Social Network

Smartphone-Version auch oft um abgespeckte Versionen der Ansicht für Desktop-Browser, implementiert als Smartphone-Apps. Die Bereitstellung dieser Apps zieht größeren Deployment-Aufwand nach sich. Außerdem bieten wenige Hersteller Apps für alle Betriebssysteme (iOS, Android, Windows usw.) an. Eine webbasierte Version des ESN ist oftmals eine gute Alternative. Eine Lösung, um weitere Endgeräte, wie z.B. Tablets, zu unterstützen, ist eine Realisierung der ESN-Oberfläche in einem sog. Responsive Webdesign (RWD), welches sich an alle Bildschirmgrößen automatisch anpasst. [11]

### Benachrichtigungen und Abo-Funktionen

Grundsätzlich sollte es vermieden werden, die Vorteile des ESN durch Information Overload zunichte zu machen, z.B. indem der Benutzer mit zu vielen automatisch generierten E-Mails vom ESN-System oder mit zu vielen für ihn unwichtigen Inhalten im Activity Stream überfrachtet wird. Weiterhin sollte versucht werden, Anwender, die das ESN seltener verwenden, einzubinden.

Hierbei helfen folgende Mechanismen:

- Eine in die Weboberfläche integrierte Benachrichtigungsfunktion (Notification Function) informiert den Benutzer über Neuigkeiten, die ihn direkt betreffen: z.B. die Antwort auf einen Beitrag, den er verfasst hat. Nur optional werden diese Benachrichtigungen auch per E-Mail versendet.
- Mit Tageszusammenfassungen (Daily Summary) werden Benutzer, die sich seltener im ESN aufhalten, über Aktivitäten und Diskussionen in ihren Gruppen per E-Mail informiert.
- Feingranulare Abo-Funktionen (Subscription Function) – einstellbar im Benutzerprofil – für die Inhalte der Gruppen, in denen ein Benutzer Mitglied ist: z.B. Anzeige im zentralen Activity Stream, Tageszusammenfassung usw. So kann es sein, dass man über Inhalte des Projekts, an dem man aktuell arbeitet, sofort informiert werden möchte, wohingegen man sich über andere Projekte nur gelegentlich manuell einen Überblick verschaffen will.
- Mit System-Benachrichtigungen aus Windows 7/8 oder Mac-OS X kann der Benutzer elegant auf wichtige Inhalte hingewiesen werden, ohne mit einem



**► Enterprise Social Network**

Browser die Oberfläche geöffnet zu haben oder per E-Mails vom ESN darüber informiert werden zu müssen. Analog gibt es Push-Benachrichtigungen auch für mobile Endgeräte. In beiden Szenarien sollte aus Sicherheitsgründen darauf geachtet werden, dass diese Meldungen nicht über einen zentralen Server (z.B. von Microsoft oder Apple) versendet werden, sondern direkt vom internen Server abgeholt werden. In der Regel ist hierfür die Installation eines eigenen Clients oder einer App notwendig.

**Echtzeitaktualisierung**

Seit wenigen Jahren bieten Dienste im Internet, z.B. von Google oder Facebook, eine direkte Aktualisierung der Oberfläche über sog. Websockets<sup>6</sup> an. Dabei können Informationen vom Server an den Webbrowser geschickt, also per Push versendet werden. Die Informationen müssen somit nicht länger in Intervallen per Pull vom Client abgerufen werden. Im Unternehmensumfeld ist diese Technologie, Stand 2013, noch sehr selten anzutreffen, auch weil ältere Browser, wie z.B. der Internet Explorer 8, diese Technologie noch nicht unterstützen. Dennoch ist der Einsatz in einem ESN, wo es auch um schnelle Kommunikation geht, nicht nur durch Chat, sehr sinnvoll. Inzwischen werden technologische Fallback-Mechanismen angeboten, um auch ältere Browser zu unterstützen.

**Einführung eines ESN**

Eine Marktübersicht ist in diesem Beitrag nicht enthalten. Der Hauptgrund ist der schnelle Wandel bei den Anbietern (Stand 2013): Einige Produkte wurden und werden durch Unternehmensfusionen zusammengelegt und es werden fast monatlich neue Lösungen angeboten. Eine entsprechende Übersicht wäre spätestens nach sechs Monaten veraltet.

Man kann sich selbst mit einem Fragebogen – zugeschnitten auf das eigene Unternehmen – einen Marktüberblick verschaffen. Ein Vorschlag dazu wurde unter den folgenden Internetadressen zusammengestellt:

<http://flyingdog.de/esn/Fragebogen/Fragebogen%20Evaluation%20Social%20Intranet%20ESN.pdf> (als PDF)

---

6vgl. RFC 6455 – The WebSocket Protocol (WSP), <http://tools.ietf.org/html/rfc6455>

► **Enterprise Social Network**

<http://flyingdog.de/esn/Fragebogen/Fragebogen%20Evaluationung%20Social%20Intranet%20ESN.docx> (als Word)

<http://esn.docx/>

Wenn man sich für eine ESN-Lösung entschieden hat, sollte man die große Umstellung des Intranets dabei nicht unterschätzen. Eine Frage ist beispielsweise, ob das ESN über einen Navigationspunkt vom bestehenden Intranet aus eingebunden werden soll oder ob das bestehende Intranet komplett abgelöst wird bzw. das neue ESN zur führenden Plattform wird.

Abschließend sind einige nicht-technische Anmerkungen zur Einführung von ESN angebracht, denn oft liegen die Hauptprobleme von Softwareprojekten nicht vorwiegend im technischen, sondern vielmehr im zwischenmenschlichen Bereich.

So berichtet Charlene Li in ihrem Report auch von Enttäuschungen nach der Einführung von ESN-Software: Einer anfänglichen Begeisterung folgte in einigen Fällen ein schleichender Abwärtstrend der Nutzung, sodass am Ende nur noch ein kleiner „harter Kern“ von Mitarbeitern das ESN wirklich benutzte. Oft wird ein ESN auch nur von einigen wenigen Abteilungen – meistens vom Marketing, vom Vertrieb, der Unternehmenskommunikation, dem Support und der IT – intensiv genutzt. Manchmal entbrennt im Unternehmen Streit darüber, inwieweit Privates Platz im ESN finden oder doch lieber ganz außen vor bleiben soll. Schließlich sind einige Unternehmen schlicht noch nicht reif für das „Social Business“.[1]

Neben dem Problem der Auswahl einer geeigneten Software für die eigenen Bedürfnisse und der Integration der neuen ESN-Lösung in die bestehende IT-Infrastruktur sollte man vor allem die Frage beantworten können, wie der Nutzen eines ESN zu messen ist. Michael Chui et al. [2] nennen als mögliche Maßzahlen, mit denen man den Erfolg der Einführung eines ESN erfassen könnte:

- Anteil der Belegschaft, der sich auf eine Einladung hin auch wirklich beim ESN angemeldet hat;
- durchschnittliche und maximale Anzahl von Beiträgen pro Benutzer;

### ► Enterprise Social Network

- Ungleichheit bei der Beteiligung am ESN (s.u.);
- Anteil der Benutzer, die gar nichts beitragen;
- durchschnittliche Anzahl von Sozialkontakten im ESN;
- Anteil der schlecht oder gar nicht vernetzten Benutzer;
- am besten bewertete Inhalte und aktivste Gruppen sowie das
- Ausmaß der Vernetzung zwischen verschiedenen Gruppen und Abteilungen.

Als Erfolgsmaßstäbe ließen sich weiter heranziehen, inwieweit nach der Einführung eines ESN das interne E-Mail-Aufkommen und die Anzahl der Meetings tatsächlich reduziert werden konnten, ob Experten schneller identifiziert, Wissen besser geteilt, sich die Zusammenarbeit spürbar verbessert und Entscheidungen jetzt effizienter getroffen werden.

Charlene Li empfiehlt, die Maßzahlen nicht absolut zu interpretieren, sondern vielmehr zu verfolgen, inwieweit Ist-Soll-Diskrepanzen durch das ESN verkleinert werden. Sie macht sich weiterhin dafür stark, keine quantitativen Maßzahlen über die Konversationen selbst zu interpretieren, sondern sich vielmehr auf die sozialen Beziehungen im ESN zu konzentrieren und dabei beispielsweise zu verfolgen, ob und, wenn ja, wie viele neue Gruppen im ESN angelegt werden.

Empirische Analysen zeigen: Die Aktivität der Benutzer von sozialen Netzwerken und Wikis ist sehr ungleich verteilt. Der dänische Usability-Experte Jakob Nielsen stellte 2006 seine 90-9-1 Regel [12] auf: Demnach sind 90 % der Benutzer passive Konsumenten, die keine eigenen Inhalte bereitstellen und auch nicht bewerten, beurteilen oder teilen. 9 % der Benutzer sind nur von Zeit zu Zeit aktiv; die meiste Zeit reagieren sie nur auf die Inhalte anderer, beispielsweise mit Kommentaren. Lediglich 1 % aller Benutzer erstellen nach Niensens Regel aktiv Inhalte [13]. Umgekehrt stammen 90 % der Beiträge von nur einem Prozent der Benutzer. Berücksichtigt man extrem selten oder gar nicht mehr benutzte Profile bei der Auswertung, dann fallen in neueren Studien die Anteile mit 70-20-10 moderater aus [14].

Damit liegt die Gefahr mangelnder Repräsentativität der Beiträge in sozialen Netzwerken auf der Hand: Inwieweit denkt die „schweigende Mehrheit“

**► Enterprise Social Network**

genauso wie die wenigen aktiven Verfasser von Inhalten, Rückmeldungen und Kommentaren (vgl. dazu auch die klassische Theorie der Schweigespirale, z.B. bei Noelle-Neumann, [15]). Andererseits kann eine rein passive Nutzung dennoch für ein Unternehmen hilfreich sein, nämlich dann, wenn sich die Mitarbeiter auf diese Weise wenigstens über aktuelle Entwicklungen informieren, auch dann, wenn sie selbst wenig dazu beitragen.

Eine Frage, die sich generell im Kontext von Wissensmanagement stellt, ist: Unter welchen Umständen sind Menschen bereit, ihr Wissen mit anderen zu teilen? Schließlich kann geteiltes Wissen Machtverlust bedeuten. Warum sollte es lohnenswert sein, nicht einfach nur die anderen abzuschöpfen, ohne selbst etwas preiszugeben, oder zumindest erst mal abzuwarten, was die anderen machen? Molly McLure Wasko und Samer Faraj berichten, dass Wissen geteilt wird, wenn damit eine bessere Reputation im Unternehmen einhergeht, wenn Erfahrungen mit dem Teilen von Wissen vorliegen und die Personen gut eingebettet sind im Unternehmensnetzwerk; das Teilen finde dann sogar unabhängig davon statt, ob man von anderen etwas zurückbekommt [16].

Paul Leroy et al. stellen fest, dass Personen mit Festanstellung – am besten auf Lebenszeit (z.B. Beamte) – eher bereit sind, Wissen zu teilen, genauso wie Personen, denen das Unternehmen mehr am Herzen liegt bzw. die höher involviert sind. Zudem werden Beiträge wahrscheinlicher, wenn sie vom Management zur Kenntnis genommen bzw. gelobt werden und den Mitarbeitern auch genügend Zeit zugestanden wird, solche Beiträge innerhalb ihrer Arbeitszeiten einzupflegen [17].

Ein aktuelles Rahmenkonzept für die weitere Forschung zu diesem Thema liefern Jae Hwa Choi et al. [18].

Eine gute Grundlage für eine ESN-Benchmark liefert Bild 006344 von Smolnik & Kügler (o.J.), mit dem die Ausführungen schließen sollen.

## ► Enterprise Social Network

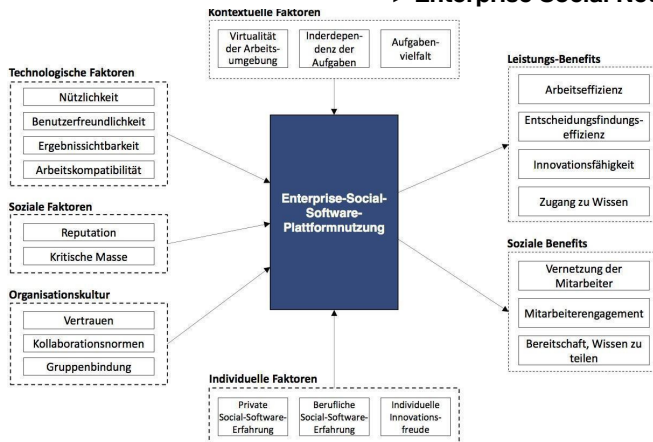


Bild 006344: Benchmarking beim Einsatz von ESN-Software (übernommen von Smolnik & Kügler (o.J.))

Es sollte deutlich geworden sein, dass bei der Einführung eines ESN mehr zu bedenken und zu planen ist, als es zunächst den Anschein hat: Im Vergleich zum privaten Bereich und zur Nutzung von Facebook, Twitter & Co ist die Einführung eines ESN sicherlich kein Selbstläufer!

**Autoren: Nicolay Mausz & Prof. Dr. Ulrich Steingen**

## Quellen

[1] Li, Charlene (2012). Making the business case for enterprise social networks

<http://www.altimetergroup.com/research/reports/making-the-business-case-for-enterprise-social-networks>

[2] Chui, Michael et al. (2012). The social economy: Unlocking value and productivity through social technologies. Report des McKinsey Global Institute.

[http://www.mckinsey.com/insights/high\\_tech\\_telecoms\\_internet/the\\_social\\_economy](http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/the_social_economy)

[3] Allen, Thomas J.: Managing the Flow of Technology: Technology Transfer and the Dissemination of Technological Information within the R&D Organization. Januar 1984, Verlag: MIT Press, ISBN-13: 978-0262510271

[4] Fischbach, Kai / Gloor, Peter A. / Schoder, Detlef: Analyse informeller

► **Enterprise Social Network**

Kommunikationsnetzwerke am Beispiel einer Fallstudie. *Wirtschaftsinformatik*, 2/2009, S. 1-9.

[5] Allen, Thomas J. / Henn, Gunter: *The Organization and Architecture of Innovation. Managing the Flow of Technology*. Oktober 2006, Verlag: Taylor & Francis, ISBN-13: 978-0750682367

[6] Beverungen, Daniel / Kohlborn, Thomas / Malsbender, Andrea / Recker, Jan / Tanwer, Satya (2013): Much ado about nothing? Tracing the progress of innovations borne on enterprise social network sites. In *Proceedings of the 34th International Conference on Information Systems*, Association for Information Systems, Milan, Italy.

[7] Sawall, Achim (2012): „Wir werden die Abschaffung der E-Mail durchsetzen“.

<http://www.golem.de/news/atos-wir-werden-die-abschaffung-der-e-mail-durchsetzen-1204-90920.html>

[8] Cao, Jin / Friedman, Brian / Gao, Hongyu / Li, Li Erran: *Enterprise Social Network Analysis and Modeling: A Tale of Two Graphs*. INFOCOM 2013: 2382-2390.  
<http://www.bell-labs.com/user/erranli/publications/entSocial-INFOCOM13.pdf>

[9] Borgatti, Stephen P. / Brass, Daniel J. / Labianca, Giuseppe / Mehra, Ajay (2009): *Network Analysis in the Social Sciences*. *Science*, 323, pp. 892-895.  
[http://www.ajaymehra.net/Documents/SNA\\_Review\\_for\\_Science.pdf](http://www.ajaymehra.net/Documents/SNA_Review_for_Science.pdf)

[10] Chelmis, Charalampos / Prasanna, Viktor K.: „Microblogging in the enterprise: A few comments are in order,“ in *2012 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)*, Istanbul, Turkey, August 26-29 2012.  
<http://ganges.usc.edu/pgroupW/images/9/92/ASONAM2012.pdf>

[11] Zillgens, Christoph: *Responsive Webdesign: Reaktionsfähige Websites gestalten und umsetzen*. Oktober 2012, Verlag: Carl Hanser Verlag, ISBN-13: 978-3446430150

[12] Nielsen, Jakob Nielsen, J. (2006, Aktualisierung 2009): *Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute*.  
<http://www.nngroup.com/articles/participation-inequality>

[13] Michelis, Daniel / Schildhauer, Thomas: *Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle*. November 2010, Verlag: Nomos Verlagsgesellschaft, ISBN-13: 978-3832954703

[14] Habermann, Florian (2011): *Es lebe das Engagement – von 90-9-1 zu 70-20-10*.

<http://www.intraworlds.de/talent-blog/2011/10/es-lebe-das-engagement-von-90-9-1-zur-70-20-10-regel>

[15] Noelle-Neumann, Elisabeth (1989): *Die Theorie der Schweigespirale als*

**► Enterprise Social Network**

Instrument der Medienwirkungsforschung. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Vol. 30 (Sonderheft: Massenkommunikation), S. 418–440.

[16] Wasko, Molly McLure / Faraj, Samer (2005): Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice. *MIS Quarterly*, 29(1), pp. 35-57.

[17] Defert, Capucine / Goethals, Frank / Hocquet, Amaury / Leroy, Paul / Maes, Johan (2013): Antecedents of Willingness to Share Information on Enterprise Social Networks. *Organizational Change and Information Systems. Lecture Notes in Information Systems and Organisation*, Volume 2, 2013, pp. 109-117.

[18] Choi, Jae Hwa Choi / Kim, Hak-Lae / Lev, Benjamin (2014). Exploring Determinants of Knowledge Sharing in a Social Network of Practice. In: *Proceedings of the Seventh International Conference on Management Science and Engineering Management. Lecture Notes in Electrical Engineering* Volume 241, pp. 39-51.

[-] Cross, Jay: *Informal Learning: Rediscovering the Natural Pathways That Inspire Innovation and Performance*. November 2006, Verlag: Pfeiffer, ISBN-13: 978-0787981693

[-] Smolnik, Stefan / Kügler, Maurice (o.J.). *Enterprise Social Software Benchmark*.

<http://www.ebs.edu/essp.html>

[-] Chen, Bi-kun / Zhao, Rong-ying (2013). Study on enterprise knowledge sharing in ESN perspective: A Chinese case study. *Journal of Knowledge Management*, 17(3), pp. 416-434.