

Armin Trost / Thomas Jenewein (Hrsg.)

Personalentwicklung 2.0

Lernen, Wissensaustausch und
Talentförderung der nächsten Generation



Luchterhand

eine Marke von Wolters Kluwer Deutschland

Wissensaustausch mit Web 2.0 – Ein richtungsweisendes Konzept von Siemens, Building Technologies Division

Johannes Müller und Alexander Stocker

1 Hintergrund

Siemens unterteilt seine geschäftsführenden Einheiten in die drei Sektoren Industrie, Energie und Gesundheitswesen. Hier sind weltweit insgesamt 405.000 Mitarbeitende beschäftigt (Stand: September 2010). Um diese globale Belegschaft zu vernetzen, leistete Siemens bereits in den 1990er-Jahren Pionierarbeit auf dem Gebiet des IT-gestützten Wissensmanagements. In den letzten 15 Jahren durchlief das Siemens-interne Wissensmanagement mehrere Entwicklungsstufen (Müller et al. 2004), von der Übertragung expliziter Inhalte bis hin zum multidirektionalen Austausch von implizitem Wissen und persönlichen Erfahrungen. All das zu erreichen, erforderte nicht nur die Entwicklung und Bereitstellung geeigneter IT-Anwendungen, sondern es bedingte vielmehr eine neue Art der Zusammenarbeit – weg von dem Paradigma „Wissen ist Macht“ und hin zu einer offenen Kultur des gegenseitigen Vertrauens, Unterstützens und Austauschens.

Bei Building Technologies (BT), einer von sechs Divisionen des Industrie-Sektors, entwickeln und implementieren weltweit über 40.000 Mitarbeitende Produkte, Software, Systeme und komplexe Lösungen für Gebäude. Des Weiteren werden bei Kunden hochwertige Services zur Wartung, Optimierung und Modernisierung der installierten Systeme durchgeführt. Um diese hochgradig innovativen und technologiebedingt einer fortlaufenden Weiterentwicklung unterliegenden Aufgaben bestmöglich zu unterstützen, bedarf es einer äußerst dynamischen und flexiblen IT-Anwendung sowie effektiver Praktiken für die Wissensarbeit.

Sowohl die IT-Anwendung als auch die damit ermöglichten Praktiken zum Wissenstransfer werden in diesem Beitrag ausführlich beschrieben.

2 IT-Anwendung

Seit 2005 steht den Mitarbeitenden der Building Technologies Division mit [References@BT](#) eine umfassende Wissensmanagement-Plattform im Intranet zur Verfügung. Die Web-Applikation hierzu ist eine Eigenentwicklung, welche in VBScript codiert wurde und in einer ASP-Umgebung läuft. Die eigentlichen Inhalte und Daten sind in einer MS-SQL-Datenbank gespeichert, auf welche der Web-Server dynamisch zugreift.

Hinter References@BT verbirgt sich nicht nur ein modernes IT-Werkzeug, sondern auch eine Community aus gegenwärtig etwa 8.000 aktiven Mitgliedern, die in 72 Ländern beheimatet sind.

2.1 Motivation und Ziele

Das primäre Ziel von References@BT besteht darin, das für das Kerngeschäft relevante Wissen rascher im Unternehmen verfügbar zu machen. Abbildung 1 stellt die im Siemens-Intranet-Design erstellte Startseite von References@BT dar.

Der hohe Anspruch, eine möglichst umfassende und inhaltlich „komplette“ Wissensdatenbank bereitzustellen, wurde von vorneherein nicht angestrebt. Vielmehr möchte References@BT – ganz im Sinne von Social Networking – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über organisatorische, hierarchische und geografische Grenzen hinweg vernetzen und sie zur direkten Kommunikation



Abb. 1: Startseite von References@BT mit dem Aufruf des Divisions-CEO, die Plattform aktiv zu nutzen und Beiträge einzustellen

untereinander animieren (Müller 2007). Es ist durchaus erwünscht, dass der Wissenstransfer über die IT-Anwendung (z. B. durch Anfrage in einem Diskussionsforum) beginnt, nachfolgend jedoch über rein bilaterale Kommunikation (via E-Mail, Telefon oder persönliches Treffen) fortgesetzt wird. Das Prinzip des Social-Networking-Ansatzes von References@BT wird in Abbildung 2 dargestellt: Sobald sich Wissensgeber und -nehmer über die Anwendung „gefunden“ haben, können diese implizites Wissen bilateral austauschen.

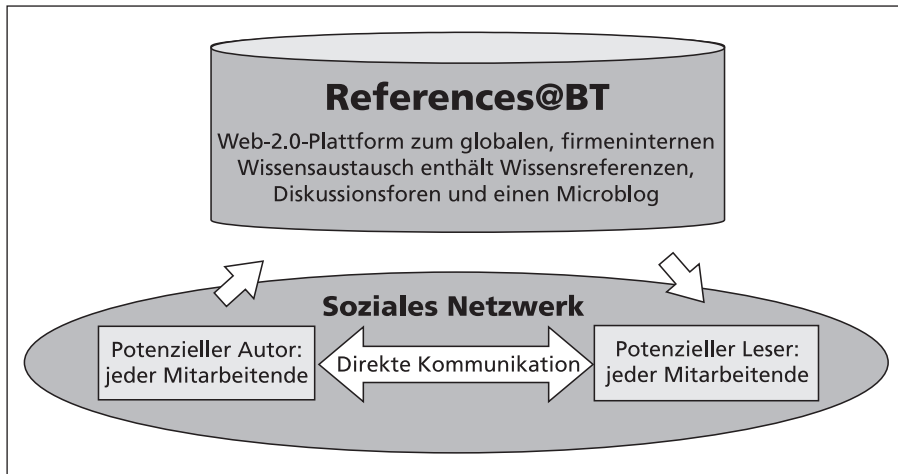


Abb. 2: Prinzip des Social-Networking-Ansatzes von References@BT

2.2 Funktionen

Kernbestandteile der Wissensmanagement-Plattform References@BT sind umfangreiche Funktionen zur Suche von Beiträgen mit Freitext und Metadaten, zur kontextsensitiven Subskription von neuen oder geänderten Beiträgen durch E-Mail-Alerts und RSS-Feeds, zum Social Networking sowie strukturierte Inhalte in Form von Wissensreferenzen, Diskussions- und Microblog-Postings. Abbildung 3 liefert einen Überblick über die Grundfunktionen von References@BT.

Inhalte und Suche	Subskription	„Member Page“	Weitere Services
<ul style="list-style-type: none"> • Wissensreferenzen • Feedback-Funktion • Diskussionsforen • Microblog • Volltextsuche • Metadatensuche • geografische Suche (Google Maps) 	<ul style="list-style-type: none"> • Benachrichtigungen durch E-Mail-Alerts • RSS-Feeds • „Folgen“ anderer Community-Mitglieder • Newsletter 	<ul style="list-style-type: none"> • Profilbild und „About me“-Text • Anzeige der gegenwärtigen Lokalzeit • SMS-Versand • Instant Messaging • LDAP-Kopplung ans zentrale Mitarbeiterverzeichnis 	<ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreier Zugang durch automatische Authentifizierung • Content Export auf weitere Intranet-Seiten • KML-Schnittstelle zu Google Earth

Abb. 3: Funktionsumfang von References@BT mit den wichtigsten Funktionen zum Ablegen und Auffinden relevanter Beiträge sowie zur Vernetzung von Mitarbeitenden

2.3 Member Page

Jedes Community-Mitglied wird auf einer individuellen „Member Page“ repräsentiert. Diese Seite ist prinzipiell mit einer Profilseite auf anderen Social-Networking-Plattformen (z. B. Xing) vergleichbar. Sie zeigt Name, organisatorische Zugehörigkeit, Arbeitsort, Telefonnummern, Mailadresse, ein optionales „About me“-Feld sowie ein optionales Porträt-Bild (siehe Abb. 4). Die meisten Nutzerdaten werden regelmäßig mit dem Siemens-Mitarbeiterverzeichnis abgeglichen, sodass deren manuelle Pflege entfällt. Ins „About me“-Feld kann jedes Mitglied auf freiwilliger Basis individuelle und geschäftsrelevante Angaben über seine Person (wie z. B. Funktion, Arbeitsgebiet und Kompetenzen) eintragen. Sämtliche bereits erstellten Beiträge eines genannten Mitglieds werden auf einer separaten Seite angezeigt, welche direkt von der „Member Page“ verlinkt ist.

The screenshot shows a web interface for Siemens. At the top, it says 'SIEMENS' and 'Welcome -> Johannes Müller'. Below this is a navigation bar with links like 'Home', 'Our Business', etc. The main content area is titled 'Member Page of Johannes Müller' and contains a profile card with the following information:

Given Name	Johannes
Family Name	Müller
registered on	01 Feb 2005
last visit on	08 Jan 2010
Location	Zürich
Country	Switzerland
Local Time Now	14:12
	[📍 Look up in SCD]
Organization	SIEMENS BT
Department	I BT RES BA PIM
Phone	+41 (41) 724-4373
Fax	+41 (41) 723-4734
Mobile Phone	+41 (79) 816 2773 → Send SMS
e-Mail	j.mueller@siemens.com
About me	Senior Manager Knowledge Management Main Task: Administration of References@BT
Experience in:	Knowledge Management, Web 2.0, Community Building, Communication, Database Design (MS SQL, MySQL), Web Application Development (VBScript, ASP, PHP), Web Design (HTML, CSS, JavaScript, XML, XSLT), Programming (C++), Security Systems, Telecommunication and IP Networks, Automatic Speech Recognition

At the bottom of the page, there is a footer: '© 2005-2008 Siemens Switzerland Ltd., Building Technologies Division, Security Solutions - Johannes Müller'.

Abb. 4: „Member Page“ des Erstautors in References@BT

2.4 Strukturierung der Inhalte

Drei verschiedene Beitragsarten – Wissensreferenzen, Diskussionsforen und Microblogging mit teils vorgegebener, teils frei wählbarer Verschlagwortung – ermöglichen eine nutzerfreundliche und zügige Eingabe von implizitem Wissen in References@BT:

- **Wissensreferenzen** sind strukturierte und aus mehreren Text-, Zahlen- und Metadatenfeldern bestehende Informationsobjekte. Aufgrund mehrerer, voneinander unabhängiger Metadaten (Disziplin, vertikaler Markt, Staat, Jahr der Fertigstellung usw.) sind mehrdimensionale Suchanfragen möglich, wie beispielsweise eine Suche nach „allen Kundenprojekten, in denen nach 2005 in Bürogebäuden in Deutschland Brandschutz implementiert wurde“. Jedes Community-Mitglied kann Wissensreferenzen durch „Feedbacks“ für andere Leser sichtbar kommentieren, wobei optional eine Bewertung, symbolisiert durch null bis fünf Sterne, abgegeben werden kann.
- **Diskussionsforen** ermöglichen den Teilnehmern, sich zu technologischen oder funktionalen Themenfeldern auszutauschen. Beispielsweise können im äußerst intensiv genutzten „Urgent Requests“-Forum geschäftsbezogene Fragen aller Art (zu Produkten, Schnittstellen, Kompatibilitäten, Kunden, Kontakten usw.) gestellt werden. Diese Fragen werden über E-Mail-Alerts

und RSS-Feeds an die Leser verteilt. Da jedes neu registrierte Community-Mitglied automatisch einen E-Mail-Alert auf das „Urgent Requests“-Forum erhält, existieren mittlerweile mehrere tausend Empfänger für diese Art der Anfragen. Deutlich mehr als 90 Prozent aller Anfragen erhalten daher auch mindestens eine Antwort. Zumeist werden pro Anfrage sogar zwei bis drei Antworten geliefert.

Ein Mitarbeiter aus Großbritannien fragte nach den Anschlussmöglichkeiten einer Brandmeldeanlage an ein standardisiertes IT-Bussystem. Weniger als 24 Stunden später erhielt er von einem deutschen Kollegen die gesuchte Lösung mit vielen zusätzlichen Informationen. Begeistert schilderte er seine positive Erfahrung:

„Big thanks to my colleague for his information. I posted my question onto the discussion board and the following day had all the required information, including drawings and potential suppliers. Yesterday a problem – today a solution!“

- **Microblogging** – analog zu Twitter, Yammer, Socialcast, Chatter oder vergleichbaren Diensten (Ehrlich/Shami 2010) – bildet die dritte Beitragsart in References@BT. Der Bedarf für Microblogging zeigte sich schon einige Monate vor der Einführung des Dienstes, als eine Vielzahl von Mitarbeitenden in Eigeninitiative das im Internet gehostete Yammer für den Erfahrungsaustausch in Anspruch nahm. Um zu vermeiden, dass vertrauliche Inhalte auf externen Web-2.0-Anwendungen ausgetauscht werden, wurde für References@BT ein eigener Microblogging-Dienst entwickelt. Im Unterschied zu Twitter sind Microblogging-Beiträge in References@BT nicht auf 140 Zeichen begrenzt. Ähnlich wie bei Yammer werden direkte Antworten auf Beiträge angezeigt sowie die entstehende Struktur der verschachtelten Beiträge als Topic visualisiert. Jeder initiale Beitrag muss außerdem verpflichtend mit mindestens einem frei wählbaren Schlagwort oder „Tag“ versehen werden. Damit können themenverwandte Beiträge sowie Mitarbeitende, die sich mit ähnlichen Fragestellungen beschäftigen, schnell gefunden werden (Müller/Stocker 2010). Abbildung 5 zeigt ein hierarchisch gegliedertes Microblog Topic.

Der seit März 2009 verfügbare Microblogging-Dienst wurde von den References@BT-Nutzern sehr begrüßt. Zwei Intensivnutzer dieses Dienstes beschreiben den Mehrwert von Microblogging wie folgt:

„Das neue Microblogging-Tool unterstützt uns dabei, aktuelle Ereignisse zu Produktveröffentlichungen, Features und Marktbewegungen in der Building Technologies Division zu erfahren. Für jemanden aus der Industrie ist es wichtig, sich auch mit Kollegen, die in anderen Unternehmensbereichen arbeiten, zu vernetzen.“

„Das Auffinden anderer Personen im Unternehmen, welche über Fähigkeiten oder Wissen zur Lösung eines eigenen Problems verfügen, ist in den meisten Fällen

The screenshot shows a Siemens internal microblogging interface. At the top, it says 'SIEMENS' and 'Welcome → Johannes Müller'. Below this are navigation links for 'Home | Out Business | Customers & Markets | Workbench | Employees | Processes & Quality | About BT'. The main content area is titled 'References@BT Microblog Topic' and contains a thread of posts:

- Johannes Müller (Zug, Switzerland) says:** Are you interested about how to do social computing on SharePoint? There is a webinar about the Accenture Use Case on 20 Jan 2010. [Read more](#). Tagged with: [Social Computing](#) [Social Media Web2.0](#) [Accenture](#). - posted on 07. Jan 2010 08:59
- Andreas Rietchel (Zug, Switzerland) in reply to Johannes Müller:** Be aware that they probably show functionalities of sharepoint 2010 that has some very nice new features. - posted on 07. Jan 2010 09:30
- Ramesh Ramamurthy (Bengaluru, India) in reply to Johannes Müller:** Hi Johannes, thank you for posting this information including the link to webinar. I have registered for this webinar. Definitely, there are lot of tools/solutions integrating social media. With social media, the way of communication will change and thus be an enabler in terms of knowledge management. Of course, sharepoint is used by each and every business unit/team. With social media, it would be much easier to be connected with teams/groups and definitely sharing of key initiatives, best practices, innovative ideas, project learnings will drive innovation and help organization to reach to next level. Tagged with: [social media](#) [marketing](#) [learning](#) [knowledge management](#) [information](#). - posted on 07. Jan 2010 10:35
- Hans Kessler (Zug, Switzerland) in reply to Ramesh Ramamurthy:** Hi Ramesh, do you know if there will be a recording of this particular webinar? Would be interesting! - posted on 07. Jan 2010 13:06, modified on 07. Jan 2010 13:07
- Ramesh Ramamurthy (Bengaluru, India) in reply to Hans Kessler:** Hi Hans, from the confirmation email I received after registering for this webinar, that email does not have any information about the recording of the webinar. Today, I have sent an email to Laura - vice president of marketing, NewsGator Technologies to enquire about this information if there would be any recording of this webinar. Once I get an answer, I will reply to this post. - posted on 09. Jan 2010 06:34
- Ramesh Ramamurthy (Bengaluru, India) in reply to Hans Kessler:** Hans, I got a reply from Laura. She mentioned that there will be a recording of the webinar. However, you need to register for the live event. If you have registered for the live event and in case if you do not attend the webinar, you will be sent a recording link. - posted on 11. Jan 2010 04:56

The interface also includes a left sidebar with navigation options like 'References@BT Homepage', 'Browse Knowledge', and 'My Settings'. On the right, there are sections for 'Your Alert Settings' and 'Your Microblog Network'.

Abb. 5: Beispiel eines hierarchisch gegliederten Microblog Topic mit initialem Beitrag und nachfolgenden Antworten

äußerst schwierig. Microblogging ist eine große Hilfe, wenn es darum geht, solches Wissen mit anderen Personen im Unternehmen auszutauschen und rasch Best Practices zu teilen. Es führt zu einer Reduktion des Kommunikationsaufwands im Vergleich zu E-Mail, weil Nutzer eben nur solche Beiträge durchsuchen können, welche für sie einen Wert besitzen, und nicht mehr mit Informationen zugeschüttet werden.“

Diesen beiden Aussagen ist zu entnehmen, dass gerade Microblogging die Bildung sozialer Netzwerke im Unternehmen (Richter 2010) als Wissensnetzwerke fördert und so auf effiziente Weise zu einer Verminderung der Informationsüberflutung beitragen kann.

Sämtliche Beiträge sind mit dem Namen der jeweiligen Autoren versehen. Alle Beiträge lassen sich durch individuell konfigurierbare E-Mail-Benachrichtigungen sowie RSS-Feeds den eigenen Interessenschwerpunkten und dem subjektiven Informationsbedarf entsprechend abonnieren. In Wissensreferenzen und Diskussionsforen wird eine geeignete Taxonomie durch vorgegebene Metadaten und Schlagworte („Tags“) angeboten. In einem initialen Microblog-Posting werden die verpflichtend einzugebenden Schlagworte jedoch nicht vorgegeben. Microblogging verbleibt in diesem Zusammenhang bewusst unstrukturiert, um den Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, ihren Gedanken freien Lauf zu lassen und sich über dieses Medium ohne inhaltliche Vorgaben offen auszutauschen.

In Wissensreferenzen, Diskussionsforen und Microblog-Beiträgen finden sich zum Teil völlig unterschiedliche Inhalte. Abbildung 6 liefert eine Übersicht, welche Information über welchen Kanal kommuniziert wird.

Wissensreferenzen mit Bezug zum Kerngeschäft	Diskussionsforen zum fachlichen Austausch aktueller Themen	Microblogging als spontaner „Real-Time-Nachrichtendienst“	Nutzerprofile für Social Networking
<ul style="list-style-type: none"> • Kundenprojekte • Lösungskonzepte • Servicekonzepte • Marktanalysen • Technologieinformationen • Berichte über Auszeichnungen • Interne Projekte zur Prozessverbesserung • Lessons Learned 	<ul style="list-style-type: none"> • Dringende Anfragen • Messe- und Konferenzberichte • Technologiebezogener Austausch • Projektmanagement • Feedback, Verbesserungsvorschläge und Hilfe zu References@BT • uvm. 	<ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Botschaften („ich mach(t)e“, „ich habe vor“, „ich habe erfahren“) • Verweise auf neue oder interessante Webseiten • Tipps und Tricks • Erfolgsmeldungen (soeben abgeschlossene Projektverträge) 	<ul style="list-style-type: none"> • Name • Standort • E-Mail-Adresse • Telefon- und Faxnummern • Abteilung • „About me“-Freitext • Porträt-Bild • gegenwärtige lokale Uhrzeit • Präsenzstatus in MS Communicator

Abb. 6: References@BT: Welche Information wird über welchen Kanal kommuniziert?

3 Community-Aspekte

Community-Plattformen wie References@BT sind sozio-technische Systeme: Neben der Beherrschung der eingesetzten Technologie als Mindestanforderung ist es besonders wichtig, die sozialen Prozesse rund um Mitarbeiter als Nutzer zu verstehen. Speziell die soziale Perspektive wird oft vernachlässigt, weshalb die Wissenschaft in diesem Kontext auch von sozio-technischer Systemgestaltung spricht (Richter 2010).

3.1 Sichtbarer Aufruf der Unternehmensleitung

Die Nutzung von References@BT geschieht bis auf wenige Ausnahmen (Koch/Richter 2009) freiwillig. Ein wesentliches Element für den Erfolg von Web-2.0-Initiativen in Unternehmen ist jedoch die ideelle Unterstützung der Unternehmensführung (Stocker/Tochtermann 2010). Der Kulturwandel, eigene Erfahrungen über eine Intranet-Plattform anderen Mitarbeitenden zugänglich zu machen, kann nur gelingen, wenn die Beitragenden sich sicher sind, auch im Sinne ihres Managements zu handeln. Aus diesem Grund fordert der CEO der Building Technologies Division auf der References@BT-Startseite die Anwender zur aktiven Nutzung auf. Dieser „Top-Management-Support“ zeigt sich auch durch das Statement des CEO Johannes Milde auf der Startseite von References@BT:

„References@BT provides a platform for sharing and leveraging our knowledge and experience across geographic and organizational borders. By learning from each other, we can save valuable time, react faster to our customers' demands, provide better solution and service quality, and thus obtain a higher customer satisfaction. This will only work, if you make your local knowledge globally available by personally contributing your experiences and best-practices into References@BT. Please take this opportunity and participate!“

3.2 Incentivierung

Um die Wissensmanagement-Plattform mit mehr Beiträgen anzureichern und in der Folge die Community zu vergrößern, wurden vor allem in der Anfangsphase nach der Einführung von References@BT Incentive-Maßnahmen in Form von internen Wettbewerben durchgeführt. Die aktivsten Autoren konnten dabei Preise gewinnen, welche zusammen mit einer vom CEO unterzeichneten Urkunde durch den jeweiligen direkten Vorgesetzten persönlich überreicht wurden. Fotos dieser Überreichung wurden anschließend im Intranet sowie in der Mitarbeiterzeitschrift veröffentlicht. Die Anerkennung und Wertschätzung der Unternehmensführung zusammen mit der Veröffentlichung der Preisträger wirkte in diesem Zusammenhang wesentlich motivierender als reine Sachpreise.

3.3 Regelmäßige Kommunikation

Etwa alle zwei bis drei Monate erhalten alle Community-Mitglieder den „References@BT Newsflash“ als personalisierte E-Mail. Dieser Newsletter informiert über neue Funktionen der IT-Anwendung, interessante Beiträge, Informationen aus der Community und andere Themen. Darüber hinaus ist dieses Medium auch ein „Erinnerungs-Trigger“, um sporadische Nutzer zum Öffnen von References@BT im Browser zu animieren und zur Teilnahme an der Community anzuregen.

3.4 Aufbau und Anzeige des persönlichen Netzwerks

Analog zu anderen Social-Networking-Plattformen (Richter 2010) erlaubt auch References@BT den Nutzern, ein persönliches Netzwerk aufzubauen und anderen Community-Mitgliedern zu „folgen“. Durch das „Folgen“ einer anderen Person kann das Interesse an dieser Person explizit bekundet und IT-technisch auf einfache Weise abgebildet werden. Das daraus entstehende Kontaktgeflecht wird allen Nutzern auf References@BT transparent gemacht: Alle Mitglieder, denen eine betreffende Person folgt, und alle Mitglieder, welche einer betreffenden Person folgen, werden auf einer Webseite zusammengefasst und angezeigt. Eine Folge-Beziehung ist von vorneherein unidirektional und kann bei Gefallen von der Gegenpartei erwidert werden. Natürlich kann eine bestehende Folge-Beziehung vom Folgenden jederzeit (durch „unfollow“) gelöscht werden. Die einseitige Blockierung einer Folge-Beziehung durch den Gefolgten, also die Möglichkeit (wie auf Twitter), anderen Community-Mitgliedern das „Folgen“ der eigenen Person zu verbieten, ist in References@BT nicht vorgesehen. Falls eine neue Folge-Beziehung aufgebaut oder eine bestehende Folge-Beziehung gelöscht wird, wird die Gegenpartei per E-Mail über diesen Vorgang benachrichtigt.

Neue Community-Mitglieder werden bereits während der Registrierung auf die Möglichkeit, anderen Teilnehmern zu folgen, hingewiesen. Dadurch werden diese auf die angebotenen Vernetzungsmöglichkeiten aufmerksam gemacht und können diese sofort nutzen. Allerdings wurde zu Beginn die Folge-Funktion von den Teilnehmern nur sehr spärlich genutzt. Erst nach einer gezielten Kommunikationsmaßnahme entwickelte sich eine signifikant wachsende Anzahl von Folge-Beziehungen: In einer personalisierten E-Mail, die an alle registrierten References@BT-Mitglieder verschickt wurde, wurden zehn zufällig ausgewählte und am Ort des jeweiligen Mail-Empfängers arbeitende Community-Mitglieder zum Folgen vorgeschlagen.

In der Grundeinstellung erhält jedes Community-Mitglied einmal täglich zusammengefasst als E-Mail alle Microblog- und Foren-Postings derjenigen Autoren, denen der jeweilige Empfänger „folgt“. Ein entsprechender RSS-Feed steht parallel dazu zur Verfügung. Damit ist es ein Leichtes, über Neuigkeiten im persönlichen Netzwerk stets auf dem Laufenden zu bleiben, ohne die Intranet-Plattform regelmäßig aufrufen zu müssen.

4 Mehrwert für Mitarbeitende und Organisation

Die Nutzung von References@BT verläuft aus Sicht der Managements äußerst zufriedenstellend. An einer 2009 durchgeführten Nutzerumfrage zur Erfolgsmessung von References@BT beteiligten sich 1.070 Community-Mitglieder. Neben Verfügbarkeit, Bedienbarkeit, Funktionen und Inhaltsqualität wurden die Teilnehmer nach der individuellen Nutzungshäufigkeit, nach ihrer Einschätzung der Nützlichkeit und nach der durch die Wiederverwendung gefundener Information resultierenden Zeiteinsparung in den letzten 365 Tagen befragt (siehe Abb. 7).

Nutzungshäufigkeit (Anzahl Antwortende)	sporadisch (401)	monatlich (289)	wöchentlich (280)	täglich (100)	Ø alle (1070)
Verfügbarkeit*	2,51	2,66	2,71	2,79	2,63
Bedienbarkeit*	1,72	1,99	2,12	2,34	1,96
Funktionen/ Features*	1,62	1,96	2,08	2,31	1,89
Inhaltsqualität*	1,65	1,91	1,98	2,17	1,86
Brauchbarkeit**	0,92	1,38	1,55	1,94	1,31
gesparte Tage pro Jahr***	0,32	0,60	0,97	1,40	0,67
Selektierbare Bewertungsoptionen: * sehr gut (3), gut (2), durchschnittlich (1), ungenügend (0) ** sehr hilfreich (3), hilfreich (2), teilweise hilfreich (1), nicht hilfreich (0) *** mehrere Tage (3), ein Tag (1), mehrere Stunden (0,5), keine Zeiteinsparung (0)					

Abb. 7: Ergebnisse der Nutzerumfrage 2009, aufgeschlüsselt nach Nutzungshäufigkeit der Antwortenden

Dabei stellte sich heraus, dass 945 Antwortende (ca. 88 Prozent) die Intranet-Plattform als zumindest teilweise hilfreich empfinden. Basierend auf der Annahme, die Antwortoption „mehrere Tage“ mit drei Tagen gleichzusetzen, beträgt die durch References@BT eingesparte Arbeitszeit im Durchschnitt 0,67 Arbeitstage pro Person und Jahr.

Im Zuge der Nutzerbefragung wurde weiterhin festgestellt, dass der subjektiv beurteilte Mehrwert mit der Intensität der Nutzung korreliert: Je intensiver Mitarbeitende References@BT verwenden, desto höher ist der Mehrwert, welchen sie daraus erfahren. Abbildung 7 stellt auch diesen Zusammenhang zwischen der Intensität der Nutzung und dem durch die Mitarbeiter wahrgenommenen Mehrwert dar.

Diese Erkenntnis lässt sich auch in die andere Richtung interpretieren: Je größer der Mehrwert ist, den ein Teilnehmer durch die Nutzung einer Web-2.0-Plattform erfährt, umso eher wird dieser Teilnehmer die Plattform erneut nutzen und umso häufiger wird er sie verwenden.

In anderen Worten: Der unmittelbar erzielte Mehrwert ist der wohl bedeutendste intrinsische Motivationsfaktor zur Nutzung von References@BT. Wenn es also gelingt, viele gute Beiträge (ganz im Sinne von „content that matters is king“) auf einer Web-2.0-Plattform bereitzustellen, ist ein großer Schritt zum dauerhaften Erfolg dieser Wissensmanagement-Initiative getan.

5 Schlussbetrachtung

In einem global agierenden Unternehmen können sich Mitarbeitende weltweit über eine Web-2.0-Plattform kennenlernen und über sogenannte „Communities of Practice“, also praxisbezogene Gemeinschaften von Personen, welche informell miteinander verbunden sind und gemeinsame Aufgaben erfüllen (Wenger 1998), vernetzen. Während die damit verbundene Kontaktabahnung und -pflege durch References@BT stark vereinfacht werden, muss der eigentliche Wissenstransfer jedoch nicht ausschließlich über die IT-Anwendung stattfinden.

Das viel zitierte Schlagwort „Enterprise 2.0“ (Koch/Richter 2010) bedeutet jedoch nicht nur das Angebot entsprechender IT-Plattformen im Unternehmen. Enterprise 2.0 bedeutet vielmehr eine Abkehr von traditionellen Rollenmustern bei der Informationsbeschaffung und -verteilung, hin zu einer von der Unternehmensleitung aktiv geforderten und geförderten Kultur des Teilens von Wissen sowie des gegenseitigen Vertrauens und der gegenseitigen Unterstützung. Enterprise 2.0 steht für Nutzungsoffenheit, weil nicht schon von Beginn an klar sein muss, zu welchem Zweck eine bestimmte IT-Anwendung von Mitarbeitenden tatsächlich genutzt werden kann. Es kann also durchaus vorkommen, dass sich der Einsatzzweck dieses Dienstes quasi erst durch die Nutzung manifestiert.

Vor allem jüngere Kollegen setzen das Vorhandensein von Web-2.0-Anwendungen in einem modern ausgerichteten Unternehmen verstärkt voraus. Die derzeitige Herausforderung für Wissensmanager, Mitarbeitende zur Eingabe von Beiträgen zu motivieren, könnte bald durch andere Herausforderungen abgelöst werden: nämlich den Mitarbeitenden nicht nur eine geeignete Web-2.0-Infrastruktur, sondern auch eine entsprechende Unternehmenskultur zu bieten, um damit die Voraussetzungen zum selbstständigen und effizienten Wissensarbeiten zu schaffen.

Literatur

- Ehrlich, K./Shami, N.S. (2010): Microblogging Inside and Outside the Workplace. Association for the Advancement of Artificial Intelligence. Online: www.cs.cornell.edu/~sadats/icwsm2010.pdf (letzter Aufruf: 07.03.2011).
- Koch, M./Richter, A. (2009): Enterprise 2.0 – Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz von Social Software in Unternehmen, 2. Aufl. München.
- Müller, J./Baumann, F./Manuth, A./Meinert, R. (2004): Learn and Change Faster by Leveraging and Capitalizing Knowledge in Siemens: The „Com ShareNet“ Case Study. In: Thailand International Conference on Knowledge Management 2004: KM for Innovation and Change. Bangkok, S. 41–49.
- Müller, J. (2007): Global Exchange of Knowledge and Best-Practices in Siemens Building Technologies with References@SBT. In: International Conference on Knowledge Management (ICKM 2007). Wien, S. 55–64.
- Müller, J. (2007): References@SBT – Globaler Wissensaustausch durch „Social Networking“ bei Siemens Building Technologies. In: KnowTech 2007. Frankfurt am Main, S. 349–357.
- Müller, J./Stocker, A. (2010): Enterprise Microblogging at Siemens, Building Technologies Division: A Descriptive Case Study. In: Proceedings of 10th International Conference on Knowledge Management and Knowledge Technologies (I-KNOW 2010). Graz, S. 29–40.
- Richter, A. (2010): Der Einsatz von Social Networking Services in Unternehmen: Eine explorative Analyse möglicher soziotechnischer Gestaltungsparameter und ihrer Implikationen. Wiesbaden.
- Stocker, A./Tochtermann, K. (2010): Wissenstransfer mit Wikis und Weblogs. Fallstudien zum erfolgreichen Einsatz von Web 2.0 in Unternehmen. Wiesbaden.
- Wenger, E. (1998): Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity. Cambridge (UK).

Autoren



Dr. Johannes Müller arbeitet als Senior Manager Knowledge Management bei der Siemens Schweiz AG, Building Technologies Division, in Zug (Schweiz). Seit 2005 entwickelt und administriert er die Web-2.0-Plattform References@BT zum weltweiten Austausch von Wissen und persönlichen Erfahrungen über das Siemens-Intranet. In den Jahren 2000 bis 2004 moderierte er als Global Editor im zentralen Wissensmanagement-Team von Siemens Com die weltweite Nutzer-Community von Com ShareNet (früher ICN ShareNet).

Kontakt: j-mueller@siemens.com



Dr. Alexander Stocker beschäftigt sich seit 2002 in Wissenschaft und Praxis mit dem Einsatz computergesteuerter Informationssysteme in Unternehmen. Derzeit beschäftigt er sich am Institut DIGITAL bei Joanneum Research in Graz (Österreich) mit dem Einsatz von Web-2.0-Technologien im Wissensmanagement. Im Rahmen seiner Tätigkeit hält er zahlreiche Vorträge auf internationalen Fachtagungen. Davor war er als Berater für Dokumenten- und Wissensmanagement bei DATEV tätig.

Kontakt: alexander.stocker@joanneum.at