1 Einleitung

1.1 Motivation und Problemstellung

Die Ausdrücke „Social Media“ und „Social Software“ verursachen bei Personalbeschaffern und -entwicklern seit einigen Jahren leuchtende Augen. Kaum eine Umfrage oder Trendprognose im Umfeld des betrieblichen Personalmanagements kommt ohne das Thema „Social Software“ aus (vgl. Geighardt 2008, S. 8-19; Weitzel et al. 2012, S. 33-40). Im Vordergrund des Interesses – in Praxis und Forschung – stehen bisher Weblogs, Wikis und Social Networking Services (SNS) im Internet.

Weblogs (kurz: Blogs) sind Webseiten, auf denen Autoren Beiträge veröffentlichen, Beiträge umgekehrt chronologisch dargestellt sind (die aktuellsten zuerst) und Leser Kommentare dazu verfassen können (vgl. Parameswaran/Whinston 2007, S. 764). Unternehmen können sich mit Hilfe von Weblogs im Internet als attraktiver Arbeitgeber positionieren, indem Mitarbeiter und Führungskräfte Erfahrungsberichte veröffentlichen (vgl. Jäger/Porr 2008, S. 15). Wikis sind Ansammlungen miteinander verlinkter Webseiten, auf denen mehrere Nutzer Inhalte verfassen und ändern (vgl. Leuf/Cunningham 2001, S. 14). Populäre Ausprägungen im Internet – allen voran Wikipedia – dienen in der Personalentwicklung als informelle Lernmöglichkeit (vgl. Trost 2010, S. 8). Auf SNS können Nutzer Profile anlegen, mit Freunden oder Kollegen Kontaktverbindungen eingehen und sich durch Kommunikationsdienste mit ihnen austauschen (vgl. Boyd/Ellison 2008, S. 211). Im Kontext der Personalbeschaffung suchen Recruiter in beruflich-orientierten SNS wie Xing oder LinkedIn nach Kandidaten, pflegen Kontakte zu potentiellen Talenten und veröffentlichen Stellenausschreibungen (vgl. Brecht/Koroleva/Günther 2011, S. 988). Wie diese Arbeit zeigen wird, existiert eine Vielzahl an Forschungsarbeiten zu den skizzierten Einsatzgebieten von Social Software im Internet für Zwecke des betrieblichen Personalmanagements (im Folgenden auch HR oder HRM abgekürzt, als Akronyme für das englische Human Resource Management).

Vernachlässigt wird bisher der unternehmensinterne Einsatz von Weblogs, Wikis und SNS für HR-Tätigkeiten. Aus Praxis- und Forschungssicht sind interne Social Software Anwendungen, die meist nur für Mitarbeiter des Unternehmens zugänglich sind, bislang vor allem relevant für das Wissensmanagement und Kommunikationsvorgänge (vgl. Stocker/Tochtermann 2012; Bitzer 2011; Richter 2010). Im HR-Rahmen lassen sich Personalstammdaten in interne SNS integrieren (vgl. Koch/Richter/Schlosser 2007, S. 452) und für Personalbestandsanalysen, Kompetenzbewertungen, Nachfolgeplanungen und Teambesetzungen verwenden (vgl. Braun/Kunzmann/Schmidt 2010, S. 136; Benlian/Hilkert/Hess 2009, S. 41; Bersin 2008, S. 9). Ferner können Weblogs und Wikis formelle und informelle Lernprozesse der Personalentwicklung unterstützen (vgl. Trost 2010, S. 8; Minocha 2009b, S. 382-383). Mit wenigen Ausnahmen werden diese HR-Einsatzgebiete für interne Social Software ausschließlich als Randphänomen von Forschungsarbeiten diskutiert. Zudem existiert keine Untersuchung, die alle Prozesse und Tätigkeiten des Personalmanagements hinsichtlich des Verwendungspotentials von Weblogs, Wikis und SNS betrachtet. Die Vollständigkeit der bereits identifizierten Einsatzgebiete sowie deren Wirkungen auf Personaler, Führungskräfte und Mitarbeiter sind bislang also ungeklärt. Die vorliegende Arbeit schließt diese Lücke.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Die Relevanz interner Weblogs, Wikis und SNS für HR-Tätigkeiten leitet sich vor allem aus den Mehrwerten der HR-bezogenen Social Software Nutzung im Internet ab. SNS im Internet werden für die Personalbeschaffung verwendet, weil dort

a) eine Vielzahl an entscheidungsrelevanten Daten über potentielle Kandidaten und auch eigene Mitarbeiter zur Verfügung stehen (vgl. Rutledge 2008, S. 61),
b) über Profilbeziehungen einfach Kontakt zu Talenten gehalten werden kann (vgl. Doherty 2010, S. 12-13) und
c) Stellenausschreibungen oder Unternehmensneuigkeiten über dortige Push-Kommunikationskanäle schnell verteilt werden können (vgl. Laurano 2010, S. 14).

Es stellt sich die Frage, ob diese oder ähnliche Mehrwerte (ggf. auch für andere Prozesse als die Personalbeschaffung) ebenso für innerbetriebliche SNS gelten können. Zudem ermöglichen Weblogs und Wikis im Internet das einfache Interagieren und Vernetzen mit Unternehmensinteressenten (vgl. Diederichsen 2011, S. 171). Auch hier gilt es zu untersuchen, inwiefern Interaktions- und Vernetzungseffekte durch innerbetriebliche Weblogs und Wikis (vgl. Stocker/Tochtermann 2012; Bitzer 2011) auch bei HR-Tätigkeiten von Mitarbeitern, Führungskräften und dem Personalwesen realisierbar sind.

Bei der Diskussion um Mehrwerte durch interne Social Software im HR-Kontext sind existierende Anwendungssysteme für das Personalmanagement (sog. Personalinformationssysteme, PIS) nicht außer Acht zu lassen. Einerseits ist zu untersuchen, ob oben vermutete Mehrwerte auch im Kontext von PIS gelten oder ob aktuelle PIS-Ansätze ähnliche Nutzeffekte generieren können. Andererseits stellt sich die Frage, ob und welche PIS-Daten und -Funktionen in Social Software integriert werden können (vgl. Hackmann 2012, S. 16) oder ob eine Integration von Funktionen und Prinzipien aus Social Software in PIS vorgenommen werden kann.

Diese Arbeit setzt an der oben skizzierten Forschungslücke und den dargelegten Fragestellungen an und bietet Ideen und Konzepte für den Einsatz innerbetrieblicher Social Software für Zwecke des Personalmanagements.

1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen

Die Ziele der vorliegenden Arbeit sind,

a) Tätigkeiten und Prozesse im betrieblichen Personalmanagement aufzuzeigen, die mit unternehmensinternen Social Software Anwendungen effizient und effektiv umgesetzt werden können und
b) konkrete Konzepte für entsprechende Anwendungssysteme (AS) zu erarbeiten.

Zur Operationalisierung dieser Zielsetzung verfolgt die Arbeit die folgenden vier Forschungsfragen:

Forschungsfrage 1 (F1): *Wie ist das Forschungsfeld für innerbetriebliche, HR-bezogene Social Software AS zu systematisieren?*

Der erste Schritt ist eine Systematisierung des Forschungsfelds, mit dem Ziel, konkrete Forschungslücken abzuleiten und die Herangehensweise zum Adressieren dieser Lücken zu definieren. In Kapitel 4 werden dafür zunächst in der Forschung diskutierte Einsatzgebiete für unternehmensinterne und -externe Weblogs, Wikis und SNS für Zwecke des Personalmanagements erhoben. Das Ergebnis zeigt,

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

dass unternehmensinterne Social Software Anwendungen, die mit HR-Daten und -Funktionen ausgestattet sind und für konkrete HR-Tätigkeiten verwendet werden, bislang kaum betrachtet sind. Dieses in der vorliegenden Arbeit fokussierte Forschungsfeld wird mit dem Begriff *„HR Social Software“* belegt. Im weiteren Verlauf von Kapitel 4 wird dieses Forschungsfeld durch einen Bezugsrahmen systematisiert, der die thematischen Schwerpunkte der nachfolgenden Kapitel und zukünftiger Arbeiten zu diesem Thema begründet.

Forschungsfrage 2 (F2): *In welchen Tätigkeiten und Prozessen des Personalmanagements kann HR Social Software sinnvoll verwendet werden?*

Der zweite Schritt dieser Arbeit ist das Identifizieren von Einsatzgebieten für HR Social Software. Einerseits werden dafür in Kapitel 5 alle Prozesse des Personalmanagements aus theoretischer Sicht, hinsichtlich des Unterstützungspotentials durch Weblogs, Wikis und SNS analysiert. Andererseits werden Experten aus Unternehmen interviewt und erfragt, welche Einsatzgebiete, Wirkungen und Rahmenbedingungen für HR Social Software AS sie sehen bzw. welche Systeme zurzeit umgesetzt sind (Kapitel 6). Aus beiden Sichtweisen ergeben sich konkrete Ansätze, wie Weblogs, Wikis und SNS mit HR-Daten (zu Mitarbeitern, Stellen und Weiterbildungsmaßnahmen) sowie dazugehörigen Funktionen ausgestattet werden können und damit HR-Prozesse unterstützen. Zwei dieser Ansätze werden am Ende von Kapitel 6 begründet ausgewählt und mit den Forschungsfragen 3 und 4 behandelt.

Forschungsfrage 3 (F3): *Mit welchen Komponenten schafft ein auf internen SNS basierendes AS zur internen Personalbeschaffung Nutzeffekte für dortige Prozessbeteiligte?*

Ansatz Eins ist ein unternehmensinternes SNS, das interne Arbeitsmärkte abbilden und den Prozess der internen Personalbeschaffung unterstützten kann, indem es Mitarbeiter- und Stellenprofile, Funktionen klassischer eRecruiting-Systeme sowie idealtypische SNS-Möglichkeiten integriert. Kapitel 7 zeigt, wie diese sog. *HR People Platform* gestaltet werden kann und wie sie Probleme existierender AS für die interne Personalbeschaffung durch SNS-Prinzipien und -Funktionen überwindet.

Forschungsfrage 4 (F4): *Mit welchen Komponenten schafft ein auf internen Weblogs basierendes AS zur Personalführung Nutzeffekte für dortige Prozessbeteiligte?*

Ansatz Zwei ist ein AS für die Personalführung, das auf innerbetrieblichen Weblogs für jeden Mitarbeiter basiert. Mit idealtypischen Weblog-Möglichkeiten, ergänzt um Funktionen klassischer eLeadership-Systeme und einem Datenschutzkonzept, lässt sich der Personalführungsprozess auf Basis des Führungsstils „Management by Objectives“ (MbO, zu Deutsch: Führen durch Zielvereinbarungen) umsetzen. Kapitel 8 verdeutlicht, wie diese sog. *MbO-Blogosphere* gestaltet werden kann. Zudem wird diskutiert, wie mit diesem AS Probleme existierender eLeadership-Lösungen überwunden werden.

Auch für interne Wikis existieren Ansätze zur Unterstützung von HR-Prozessen (siehe Kapitel 5). Da diese aber in Kapitel 6 empirisch nicht bestätigt werden konnten, werden sie nicht weiter verfolgt.

Mit dem Beantworten der Forschungsfragen leistet die Arbeit die folgenden Beiträge für Wissenschaft und Praxis (siehe Tabelle 1-1):

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Beiträge für die Wissenschaft	Beiträge für die Praxis
▪ Zusammenfassung des **Forschungsstands** zur Verwendung von Weblogs, Wikis und SNS im Personalmanagement *(F1)*	▪ **Verwendungsmöglichkeiten** für Weblogs, Wikis und SNS (intern und extern) in HR-Prozessen *(F1 & F2)*
▪ Definition des Forschungsfeldes „HR Social Software“ inkl. Entwicklung eines **Bezugsrahmens** *(F1)*	▪ Darstellung von **Wirkungen** durch HR Social Software und dabei zu berücksichtigen **Rahmenbedingungen** *(F2)*
▪ **Erklärungsmodell** für den Einsatz sowie für Wirkungen und Rahmenbedingungen von HR Social Software *(F2)*	▪ **Gestaltungsempfehlungen** für SNS-basierte eRecruiting-AS und Weblog-basierte eLeadership-AS *(F3 & F4)*
▪ **Gestaltungsmodelle** für SNS-basierte eRecruiting-AS und Weblog-basierte eLeadership-AS *(F3 & F4)*	▪ **Handlungsempfehlungen** zur Integration von interner Social Software und PIS *(F2, F3 & F4)*

Tabelle 1-1: Beiträge der Arbeit für Wissenschaft und Praxis

1.3 Positionierung und Forschungsmethodik

Mit der obigen Zielsetzung positioniert sich diese Arbeit inhaltlich in der Schnittmenge zwischen den Forschungsdomänen **Enterprise 2.0** bzw. Social Software im Unternehmenskontext (vgl. McAfee 2006, S. 23) und **electronic Human Resource Management** (eHRM) bzw. IT-gestütztes Personalmanagement (vgl. Bondarouk/Ruël 2009, S. 507) (siehe Abbildung 1-1).

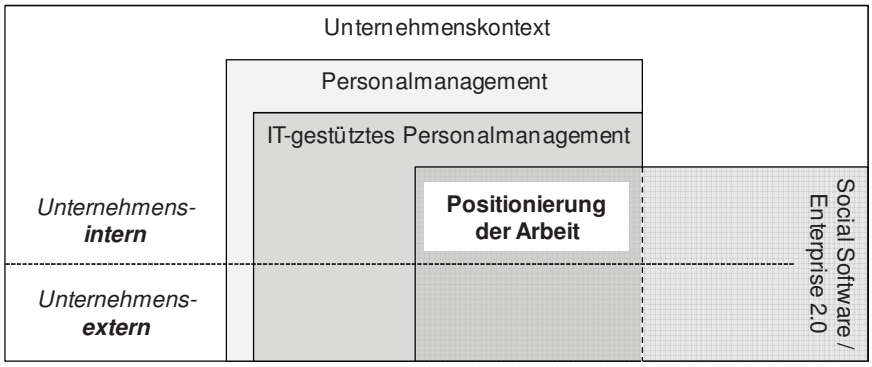

Abbildung 1-1: Inhaltliche Positionierung der Arbeit

Insgesamt ist die Arbeit **konstruktionswissenschaftlich** bzw. gestaltungsorientiert ausgelegt (vgl. Hevner et al. 2004, S. 76). Übergeordnetes Ziel ist es, AS-Artefakte zum Thema HR Social Software, in Form von Referenzmodellen und daraus abgeleiteten Designtheorien zu gestalten (vgl. Hevner/Chatterjee 2010, S. 6). Diese Arbeit enthält zwei dieser Artefakte in Kapitel 7 (*HR People Platform*) und 8 (*MbO Blogosphere*), adressiert durch die Forschungsfragen F3 und F4. In den Kapiteln 4, 5 und 6 bzw. den Forschungsfragen F1 und F2 werden zwar eigenständige Ergebnisse generiert, die aber als Voruntersuchungen für das Design der Artefakte gelten (vgl. Beck/Weber/Gregory 2012, S. 7). Trotz der konstruktivistischen Auslegung der Arbeit werden durchgehend auch verhaltenswissenschaftliche Methoden und Theorien verwendet (vgl. Schoder et al. 2012, S. 6).

Zum Bearbeiten der einzelnen Forschungsfragen werden mehrere Methoden angewendet, in Abhängigkeit von deren Eignung für die Zielsetzung der jeweiligen Frage. Damit folgt die Arbeit dem **Methodenpluralismus** der Wirtschaftsinformatik (vgl. Wilde/Hess 2007, S. 280). Tabelle 1-2 zeigt, welche Methoden und Theorien für die Forschungsfragen benutzt werden.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

	Paradigma	Verwendete Methoden	Verwendete Theorien
F1	Verhaltens-orientiert	Literaturreview *(Webster/Watson 2002 u. a.)* Argumentativ-deduktives Schließen *(Wilde/Hess 2007)*	keine
F2		Grounded Theory *(Glaser/Strauss 1967 u. a.)* Qualitativ-empirische Querschnittsanalyse *(Mayring 2007)* Marktanalyse *(Bange/Keller 2004)* Argumentativ-deduktives Schließen *(Wilde/Hess 2007)*	Technology to Performance Chain / Task Technology Fit *(Goodhue/Thompson 1995)*
F3	Gestaltungs-orientiert	Referenzmodellierung *(Fettke/Loos 2004)* Prototyping *(Nunamaker/Chen/Purdin 1990)* Qualitativ-empirische Querschnittsanalyse *(Mayring 2007)* Argumentativ-deduktives Schließen *(Wilde/Hess 2007)*	Prinzipal-Agenten-Theorie *(Jensen/Meckling 1976)*
F4		Referenzmodellierung *(Fettke/Loos 2004)* Argumentativ-deduktives Schließen *(Wilde/Hess 2007)*	

Tabelle 1-2: Wissenschaftliche Positionierung dieser Arbeit

Argumentativ-deduktives Schließen von Zusammenhängen (vgl. Wilde/Hess 2007, S. 282) wird bei allen Forschungsfragen angewendet. Für das Systematisieren des Forschungsfelds (F1) wird zudem ein Literaturreview durchgeführt (vgl. Webster/Watson 2002; Fettke 2006). Das Erarbeiten des Bezugsrahmens zu HR Social Software erfolgt ausschließlich auf Basis deduktiver Argumentation.

Die Herangehensweise zum Identifizieren von Einsatzgebieten für HR Social Software Anwendungen und damit verbundener Wirkungen (F2), basiert auf der Technology to Performance Chain (TPC) von GOODHUE/THOMPSON (1995, S. 216-220). Dementsprechend werden zunächst theoretische Einsatzgebiete für innerbetriebliche Weblogs, Wikis und SNS im HR-Kontext argumentativ-deduktiv erhoben. Als Theoriegrundlage dient hier der Task Technology Fit (TTF)-Ansatz (vgl. Goodhue/Thompson 1995, S. 214). Anschließend werden mit Hilfe der Grounded Theory Methode (vgl. Glaser/Strauss 1967) sowie der qualitativen Querschnittsanalyse nach MAYRING (2007) empirische Daten zu Forschungsfrage 2 gesammelt, ausgewertet und mit den TTF-Ergebnissen zusammengeführt. Da im Rahmen der Untersuchungen auch aktuelle PIS analysiert werden, kommt hier zusätzlich das Instrument der Marktanalyse (vgl. Bange/Keller 2004) zum Einsatz (siehe Tabelle 1-2).

Für das Beantworten der Forschungsfragen 3 und 4 wird jeweils ein Referenzmodell (vgl. Fettke/Loos 2004, S. 333) und eine Designtheorie (vgl. Baskerville/Pries-Heje 2010, S. 274) entwickelt. Vorwiegende Methodik für beide Forschungsfragen ist die Referenzmodellierung. Als Theoriegrundlage wird jeweils die Prinzipal-Agenten-Theorie (vgl. Jensen/Meckling 1976) herangezogen. Das SNS-basierte AS zur internen Personalbeschaffung (F3) wird prototypisch umgesetzt (vgl. Nunamaker/Chen/Purdin 1990, S. 632) und der Prototyp als Evaluationsobjekt verwendet. Die Evaluation erfolgt empirisch anhand einer qualitativen Querschnittsanalyse. Das Weblog-basierte AS für die Personalführung (F4) wird argumentativ-deduktiv evaluiert.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

1.4 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit ist in die folgenden neun Kapitel untergliedert (siehe Abbildung 1-2):

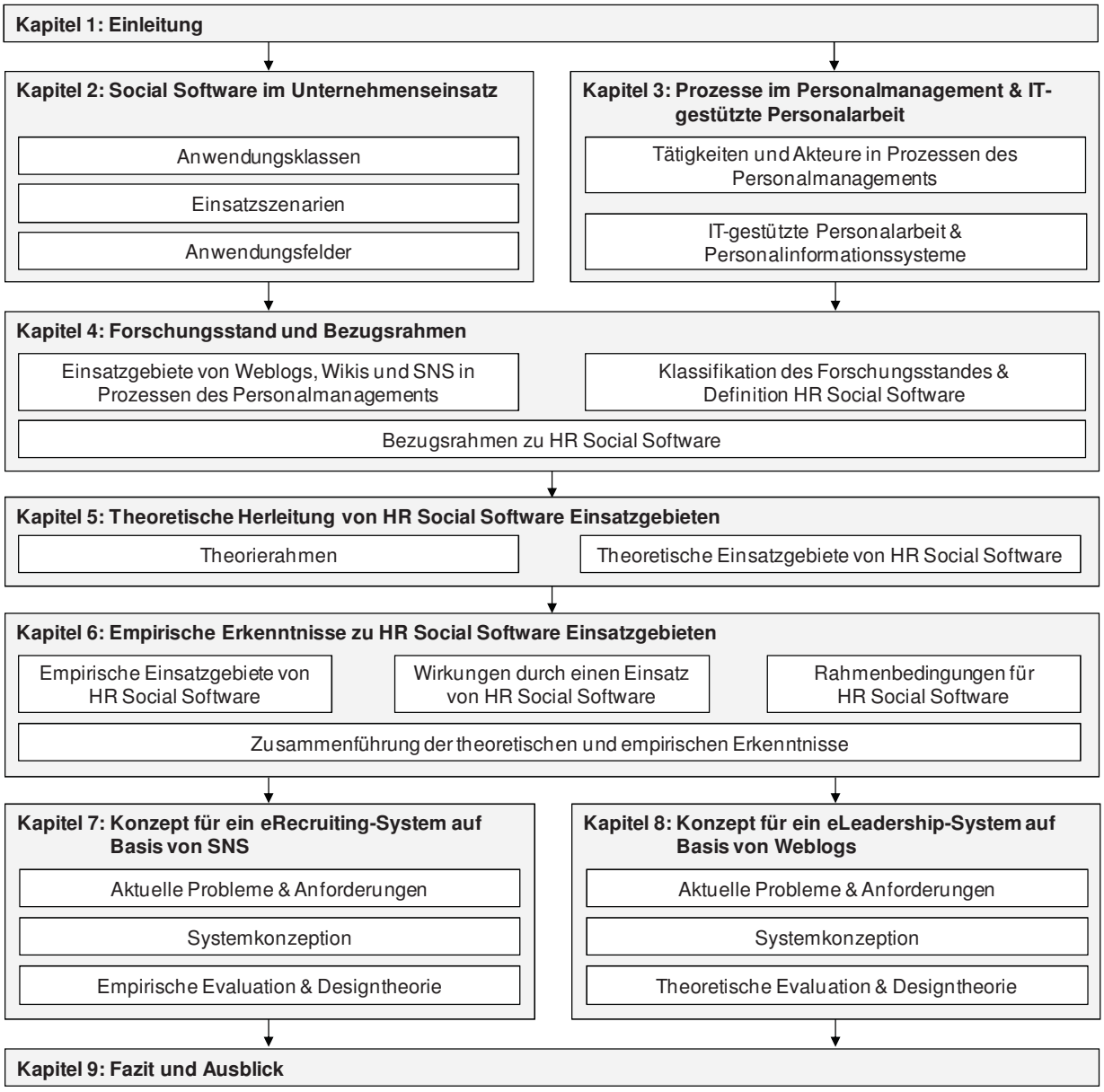

Abbildung 1-2: Aufbau der Arbeit

Im Anschluss an diese Einleitung folgen zwei Grundlagenkapitel. **Kapitel 2** widmet sich dem Einsatz von Social Software im Unternehmen. Die relevanten Anwendungsklassen Weblogs, Wikis und SNS werden funktionell charakterisiert und voneinander abgegrenzt. Zudem werden allgemeine, HR-unabhängige Einsatzszenarien (Internet versus Intranet) von Weblogs, Wikis und SNS im Unternehmen definiert und Anwendungsfelder (Was leisten diese Anwendungen?) hergeleitet.

Kapitel 3 stellt die Prozesse des Personalmanagements vor, die in dieser Arbeit hinsichtlich eines Unterstützungspotentials durch Social Software analysiert werden. Zudem werden Funktionen und Charakteristika klassischer PIS erläutert, da im weiteren Verlauf der Arbeit gezeigt wird, dass HR Social Software Anwendungen als Substitut oder Komplement zu diesen AS gesehen werden können.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

In **Kapitel 4** wird die erste Forschungsfrage dieser Arbeit beantwortet. Mit Hilfe eines Literaturreviews wird der Stand der Forschung zu Einsatzgebieten für Weblogs, Wikis und SNS (im Internet und im Intranet) in Prozessen des Personalmanagements erhoben und existierende Ansätze in drei Kategorien eingeteilt. Die für diese Arbeit relevante Kategorie umfasst Social Software Anwendungen, die im Intranet eines Unternehmens für dessen Mitarbeiter zugänglich sind, HR-Daten verarbeiten und damit HR-Tätigkeiten ermöglichen. Wie dargestellt, wird dieses Forschungsfeld *„HR Social Software"* genannt. Im weiteren Verlauf von Kapitel 4 wird ein Bezugsrahmen für HR Social Software Anwendungen entwickelt. Darauf aufbauend sind die weiteren Kapitel der Arbeit strukturiert.

Gegenstand von **Kapitel 5** ist der erste Teil der zweiten Forschungsfrage. Anhand einer TTF-Systematik werden Einsatzgebiete für HR Social Software Anwendungen argumentativ-deduktiv hergeleitet. Dafür wird analysiert, ob und wie Weblogs, Wikis und SNS mit ihren Funktionen Tätigkeiten in HR-Prozessen unterstützen können.

Der theoretischen Perspektive aus Kapitel 5 folgt in **Kapitel 6** eine empirische Untersuchung zu Einsatzgebieten, Wirkungen und Rahmenbedingungen von HR Social Software. In zwei qualitativen Interviewbefragungen werden Experten aus Unternehmen zu diesen Themen befragt. Ergebnisse aus Kapitel 5 und 6 werden zusammengeführt und damit die zweite Forschungsfrage beantwortet. Zwei der identifizierten HR Social Software Einsatzgebiete werden in Kapitel 7 und 8 wieder aufgegriffen.

Kapitel 7 enthält das Konzept für ein AS zur internen Personalbeschaffung, bzw. den internen Arbeitsmarkt, auf Basis von SNS (die sog. HR People Platform). Zu Beginn werden Probleme aktueller AS für die interne Personalbeschaffung hergeleitet, mit der Prinzipal-Agenten-Theorie fundiert und daraus Anforderungen an zukünftige AS in diesem Umfeld definiert. Anhand dessen wird ein SNS-Konzept in Form eines allgemeinen Systemdesigns erstellt und dortige Komponenten aus Funktions- und Datensicht spezifiziert. Die Evaluation des Konzepts erfolgt mit Hilfe von Interviews mit Experten aus Unternehmen. Evaluationsgegenstand ist ein Prototyp der HR People Platform.

Für **Kapitel 8** wird die Struktur aus Kapitel 7 übernommen. Es wird ein AS für die Personalführung (speziell zum Führungsstil Management by Objectives, MbO), auf Basis von Weblogs konzipiert und evaluiert (die sog. MbO Blogosphere). Zu Beginn erfolgt wieder das Ableiten von Anforderungen für ein entsprechendes AS mit Hilfe von Problemen aktueller AS für die Personalführung. Im Anschluss werden Komponenten sowie dort zu berücksichtigende Funktionen und Daten spezifiziert. Die Evaluation erfolgt argumentativ-deduktiv anhand der Prinzipal-Agenten-Theorie.

Die Arbeit schließt mit einem Fazit in **Kapitel 9**, in dem die zentralen Ergebnisse zu den Forschungsfragen und daraus resultierende Implikationen für Wissenschaft und Praxis dargestellt werden. Der Ausblick wirft potentielle zukünftige Forschungsthemen im Rahmen von HR Social Software auf.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

2 Social Software im Unternehmenseinsatz

In diesem Kapitel werden grundlegende Begriffe zu Social Software im Allgemeinen und im Unternehmenseinsatz definiert. Ferner werden die für diese Arbeit relevanten Social Software Anwendungsklassen (Weblogs, Wikis und SNS) mit ihren Funktionen, deren Einsatzszenarien im Unternehmenskontext (Intranet und Internet) sowie deren Anwendungsfeldern im unternehmensinternen Einsatz (Identitäts- und Beziehungsmanagement, Informationsmanagement und Kommunikation) vorgestellt.[1]

2.1 Relevante Begriffe zu Social Software

Die vielseitige Untersuchung von Social Software in Wissenschaft und Praxis seit Mitte der 2000er Jahre hat eine Vielzahl an Definitionen zu diesem Begriff hervorgebracht (siehe Tabelle 2-1):

Quelle	Definition
Hippner 2006, S. 7	*„Social Software umfasst webbasierte Anwendungen, die für Menschen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und die Kommunikation in einem sozialen Kontext unterstützen und sich an spezifischen Prinzipien orientieren."*
Madison 2006, S. 158-159	*„Social software […] is technology that embodies evolving social patterns-meeting, communicating, and processing and sharing information across communities, groups, and other collectives. It heightens the salience of informal, stable online groups. In many cases, user-interface design and other user-accessible features of these technologies enable individuals literally to observe the actions of others using the same technology, synchronously or asynchronously."*
Schmidt 2007a, S. 32	*„Social Software refers to those online-based applications and services that facilitate information management, identity management, and relationship management by providing (partial) publics of hypertextual and social networks."*
Back/Gronau/Tochtermann 2008, S. 4	*„Social-Software-Anwendungen unterstützen als Teil eines soziotechnischen Systems menschliche Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit. Dabei nutzen die Akteure die Potentiale und Beiträge eines Netzwerks von Teilnehmern."*
Döbler 2008, S. 120	*„[…] webbbasierte Lösungen [...], die sich auf den Aufbau sozialer Netzwerke sowie auf Publikation und Verteilung von Informationen innerhalb sozialer Netze konzentrieren."*
Koch/Richter 2009, S. 12	*„[…] Anwendungssysteme, die unter Ausnutzung von Netzwerk- und Skaleneffekten, indirekte und direkte zwischenmenschliche Interaktionen (Koexistenz, Kommunikation, Koordination, Kooperation) auf breiter Basis ermöglichen und die Identitäten und Beziehungen ihrer Nutzer im Internet abbilden und unterstützen."*

Tabelle 2-1: Ausgewählte Social Software Definitionen

Entlang dieser Definitionen ist Social Software ein Oberbegriff für webbasierte Anwendungssysteme (AS) zur privaten Nutzung im Internet oder zur Nutzung im Unternehmenskontext. Sie können verwendet werden, um zu kommunizieren, Inhalte interaktiv zu erstellen sowie Inhalte und Nutzer zu vernetzen. In Anlehnung an HIPPNER (2006, S. 7), DÖBLER (2008, S. 120), BACK/GRONAU/TOCHTERMANN (2008, S. 4) und KOCH/RICHTER (2009, S. 12) wird Social Software für diese Arbeit wie folgt definiert:

[1] Die Inhalte basieren auf den Arbeitsberichten KLEIN/SCHUMANN (2011, S. 3-11) und KLEIN ET AL. (2012, S. 3-5).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

*Unter **Social Software** werden webbasierte Anwendungssysteme verstanden, die es Benutzern erlauben, mit anderen Nutzern der Anwendung durch Kommunikation, Kooperation oder Kollaboration langfristig zu interagieren. Dabei sind erstellte Inhalte und involvierte Nutzer kontinuierlich miteinander vernetzt.*

Social Software Anwendungen sind also durch die folgenden drei Charakteristika gekennzeichnet:

1. **Interaktion und Partizipation:** Nutzer von Social Software interagieren im AS, indem sie miteinander kommunizieren, an Inhalten der Anwendung partizipieren und – im Unternehmenskontext – zusammenarbeiten (vgl. Koch/Richter 2009, S. 11-12; Madison 2006, S. 158).
2. **Vernetzung:** Durch Interaktion und Partizipation entsteht ein sozio-technisches System, in dem Inhalte und Nutzer durch Kommunikations- und Interaktionsbeziehungen miteinander vernetzt sind (vgl. Hippner 2006, S. 7; Komus 2006, S. 36). Durch Social Software können sich also sog. Virtual Communities (VC) – auf elektronischen Medien basierte soziale Netzwerke (vgl. Hagel/Armstrong 1997, S. 4-5) – vernetzen. Soziale Netzwerke sind Zusammenkünfte von Menschengruppen, die unabhängig von technologischer Unterstützung zu einem abgegrenzten Thema interagieren (vgl. Richter 2010, S. 60). Soziale Netzwerke und VC stellen damit organisationale Phänomene im privaten oder beruflichen Sektor dar[2].
3. **Web- und Usabilityorientierung[3]:** Social Software Anwendungen sind webbasiert, wodurch sie über eine Weboberfläche nahezu plattform- und geräteunabhängig verwendbar und kontinuierlich mit dem Internet oder einem Unternehmensnetzwerk verbunden sind (vgl. Beck 2007, S. 9-11). Da die Interaktion der Nutzer im Vordergrund steht, wird der Usability, also der Benutzbarkeit der Anwendung (vgl. Nielsen 1993, S. 25-26), eine hohe Bedeutung zugemessen (vgl. Phang/ Kankanhalli/Sabherwal 2009, S. 737-739). Dementsprechend orientieren sich Social Software Anwendungen in Bezug auf Bedienelemente, Oberflächengestaltung und Antwortzeit an einer desktopähnliche Benutzbarkeit (vgl. Kim et al. 2009, S. 663-664)[4].

Social Software ist durch zwei verwandte Themenfelder beeinflusst: Web 2.0 und Groupware-Lösungen, bzw. der Forschungsdomäne Computer-Supported Collaborative Work (CSCW).

Unter dem Begriff **Web 2.0** werden Internetseiten mit partizipierenden Nutzern, einer desktopähnlichen Benutzbarkeit und dynamischen, multimedialen Inhalten verstanden (vgl. O'Reilly 2005; Döbler 2008, S. 122). Zusätzlich umschreibt der Begriff eine Vorgehensweise zum Entwickeln von Webanwendungen unter Einbezug der Nutzer sowie neue, benutzerzentrierte Geschäftsmodelle im Internet (vgl. Alby 2008, S. 15). Social Software ist als Teilentwicklung des Web 2.0 zu bezeichnen (vgl. Hippner 2006,

[2] Im beruflichen Kontext werden soziale Netzwerke als Communities of Practice (CoP) (vgl. Wenger 2008, S. 7) und Communities of Work (CoW) (vgl. Schoemaker 2006, S. 248) bezeichnet. Weitere Grundlagen zu VCs liefern GUPTKA/KIM (2004).

[3] Unter Usability wird die Benutzbarkeit einer Anwendung verstanden (vgl. Nielsen 1993, S. 25-26), Im Gegensatz dazu bezieht sich die sog. Utility auf den Funktionsumfang eines Anwendungssystems.

[4] Technisch zeichnen sich Social Software Anwendungen neben der Usability, die durch AJAX (Asychronous JavaScript and XML) ermöglicht wird (vgl. Sankar/Bouchard 2009, S. 85), auch durch die einfache Kombination und Bereitstellung von dortigen Inhalten durch RSS (Really Simple Syndication) und semantischen Datenformaten (vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl 2008, S. 154-165) sowie eine modulare Web Service Architektur (vgl. Koch/Prinz 2008, S. 81-82) aus. Da entsprechende Technologien nicht im Fokus dieser Arbeit stehen, sei dafür exemplarisch auf ALBY (2008, S. 145-158) verwiesen.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

S. 6). Der Begriff stellt die partizipativen und kollaborativen AS in den Vordergrund, die sich Web 2.0-Prinzipien zu Nutze machen (vgl. Koch/Richter/Schlosser 2007, S. 448)[5].

Groupware-Lösungen, an denen sich die kollaborativen und kooperativen Funktionen von Social Software Anwendungen orientieren, sind AS, die es mehreren Nutzern ermöglichen, an einem Projekt bzw. einer Aufgabe, an unterschiedlichen Rechnern zur gleichen Zeit zu arbeiten (vgl. Ellis/Gibbs/Rein 1991, S. 40). Ferner bietet Groupware beteiligten Nutzern eine virtuelle Arbeitsumgebung, in der diese interagieren (vgl. Lynch et al. 1990, S. 160). Im Gegensatz zu Social Software fokussiert Groupware ausschließlich organisierte Projektteams und formale Arbeitsgruppen. Entsprechende Lösungen und Prinzipien wurden bereits zwischen 1970 und 1990 im CSCW-Forschungsfeld untersucht und sind seitdem im betrieblichen Alltag vorzufinden, so dass die funktionelle Idee hinter Social Software auch in Unternehmen bereits viele Jahre existiert (vgl. Koch 2008, S. 416-417). Social Software greift also Groupware-Funktionen auf, ergänzt sie jedoch um Web 2.0 Bedienkonzepte, Vernetzungs- und Kommunikationsfunktionen sowie variierte Nutzungsmuster, bspw. einer langfristigen, nicht auf spezielle Projekte beschränkten Zusammenarbeit (vgl. Koch 2008, S. 422).

Der Einsatz von Social Software im betrieblichen Umfeld wird mit den Begriffen Corporate Social Software (vgl. bspw. Gouthier/Hippner 2008, S. 92), Corporate Web 2.0 (vgl. bspw. Stocker/Tochtermann 2012, S. 76) oder **Enterprise 2.0** (vgl. bspw. McAfee 2006, S. 23) plakatiert.

2.2 Social Software Anwendungsklassen

Im Internet und innerhalb von Unternehmen entspricht eine Vielzahl an AS der Definition von Social Software. Diese lassen sich in Anwendungsklassen kategorisieren, die Erscheinungsformen mit ähnlichen Funktionen zusammenfassen. Im Folgenden werden die für diese Arbeit relevanten Social Software Anwendungsklassen vorgestellt.

2.2.1 Definition von Anwendungsklassen

In einer engen Sichtweise werden unter Social Software Anwendungsklassen Weblogs, Wikis und Social Networking Services (SNS) verstanden (vgl. bspw. Koch/Richter 2009), die gegen Mitte der 1990er Jahre bzw. zu Beginn der 2000er Jahre entstanden sind. In der weiten Auffassung werden auch ältere Kommunikationsdienste wie Foren und Chats (vgl. Bächle 2006, S. 122) sowie Anwendungen für den objektzentrierten Austausch von Inhalten, bspw. YouTube für Videos oder Flickr für Bilder, dazu gezählt (vgl. Parameswaran/Whinston 2007, S. 764-767). Für die weite Fassung der Anwendungsformen wird auch der Begriff Social Technologies verwendet (vgl. Davison/Singh/Cerotti 2010, S. 1). In dieser Arbeit wird die enge Auffassung vertreten, da diese in der Literatur weit verbreitet ist (vgl. Schaffert 2006, S. 100), im Rahmen eines Unternehmenseinsatzes die gängige Sichtweise darstellt und für die Unter-

[5] Im Gegensatz zu dem Begriff des Web 2.0 umschreibt das Web 3.0 bzw. das Semantic Web die Erweiterung von bestehenden Webangeboten um semantische Datenformate (vgl. Schaffert 2006, S. 100). Diese Formate erlauben es, Ontologien abzubilden und somit Daten von Webseiten mit beschreibenden Metadaten anzureichern, die wiederum horizontale und vertikale Beziehungen zwischen Daten repräsentieren (vgl. Sankar/Bouchard 2009, S. 162). Werden Social Software Anwendungen mit semantischen Datenformaten angereichert (vgl. Ankolekar et al. 2007, S. 826 ff.), wird auch von Semantically Enabled Social Software (vgl. Schaffert 2006, S. 102; Blumauer/Pellegrini 2009, S. 8-9) gesprochen. Da dieser Themenbereich in der Arbeit nicht relevant ist, wird für weiterführende Inhalte auf BREITMANN/CASANOVA/TRUSZKOWSKI (2007) und BLUMAUER/PELLEGRINI (2006) verwiesen.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

suchungen dieser Arbeit zielführend ist. Auch in dieser engen Auffassung werden verschiedene Anwendungsklassen genannt (siehe Tabelle 2-2):

Avram 2006, S. 2	**Hippner 2006, S. 9**	**Döbler 2007, S. 10-14**	**Blinn et al. 2009, S. 4**	**Koch/Richter 2009, S. 23**
Weblogs	Blogs	Weblogs / Vlogs	Weblogs	Blogs & Microblogs
Wikis	Wikis	Wikis	Wikis	Wikis
Social Networking Services	Social Network Services	Online-Communities	Social Networking	Social Networking Services
-	Podcasts	Podcasts	Podcasts	-
-	Social Bookmarking	Social Bookmarks	-	Social Bookmarking
-	-	-	Social Tagging	Social Tagging
-	Instant Messaging	-	-	Instant Messaging

Tabelle 2-2: Ausgewählte Ansätze zur Typisierung von Social Software Anwendungsklassen[6]

Da Weblogs (kurz: Blogs), Wikis und Social Networking Services (SNS) (a) den Mindestkonsens der betrachteten Autoren bilden, (b) i. d. R. die anderen Anwendungsklassen integrieren (siehe Kapitel 2.2.5) und (c) im Rahmen einer Nutzung für das Personalmanagement von Relevanz sind (siehe Kapitel 4), werden diese drei Ausprägungen in dieser Arbeit betrachtet. Im Folgenden werden Charakteristika und Funktionen von Weblogs, Wikis und SNS erörtert, die die Analysegrundlage für die nachfolgenden Kapitel bilden. Auch die anderen erwähnten Anwendungsklassen werden kurz vorgestellt.

2.2.2 Weblogs

Auf Blogs bzw. Weblogs veröffentlichen wenige Autoren meist subjektive Inhalte über private und berufliche Belange in Form von Texten und multimedialen Inhalten (vgl. Parameswaran/Whinston 2007, S. 764). Einträge (sog. Blog-Posts) werden in umgekehrt-chronologischer Reihenfolge dargestellt, wodurch die neuesten Einträge in einem Blog oben stehen (vgl. Sankar/Bouchard 2009, S. 37). Leser von Blog-Posts können diese kommentieren (vgl. Alby 2008, S. 22). Ebenfalls ist i. d. R. eine Volltextsuche nach Stichworten in Bloginhalten integriert (vgl. Pikas 2005, S. 18). Durch sog. Permalinks – eindeutige Uniform Resource Identifier (URIs) – lassen sich Blog-Einträge in anderen Blogs referenzieren (vgl. Marlow 2004, S. 3). Umgekehrt haben Autoren über Trackbacks – ebenfalls basierend auf URIs von Blog-Einträgen – die Möglichkeit festzustellen, ob ein anderer Blog auf den eigenen Bezug nimmt (vgl. Marlow 2004, S. 4). Verlinkte Weblogs (bspw. zu einem speziellen Thema oder innerhalb eines Unternehmens) werden als Blogosphäre bezeichnet (vgl. Agarwal/Liu 2008, S. 18).

Neue Einträge oder Kommentare in Blogs können über Newsfeeds bereitgestellt und von sog. Feedreadern abgerufen werden. Nutzer von Feedreadern müssen diese Feeds dafür „abonniert“ haben. Ein Newsfeed ist eine zu einem Blogeintrag erstellte Datei in den XML-basierten Formaten ATOM oder RSS mit Kurzinformationen zum referenzierten Eintrag (vgl. Koch/Richter 2009, S. 25).

Die obigen Funktionen lassen sich in Journal- und Interaktionsfunktionen klassifizieren. Journalfunktionen erlauben es einem Autor, einen Blog als persönliches Journal, bspw. als Tagebuch zu verwenden.

[6] Für die Zusammenstellung wurden ausschließlich unterschiedliche Ansätze der hier eingenommenen engen Sichtweise auf Anwendungsklassen gewählt. Weitere Einteilungen finden sich bei BACK/GRONAU/TOCHTERMANN (2008, S. 9), MANOUCHERI FAR (2010, S. 27) und SCHÖNEFELD (2009, S. 56), die aber keine neuen Ansätze im Vergleich zu den obigen anbieten.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Mit Interaktionsfunktionen können Leser und Autoren miteinander in Kontakt treten. Zudem lassen sich Weblogs damit untereinander verlinken. Die folgende Tabelle fasst Weblog-Funktionen in Anlehnung an FUN/WAGNER (2008, S. 243-244) und MARLOW (2004, S. 3-4) zusammen (siehe Tabelle 2-3).

Funktion	Beschreibung
Journalfunktionen	… zum Anlegen und Suchen von Weblog-Einträgen.
Einträge verfassen	Blogger veröffentlichen Weblog-Einträge, die in umgekehrt chronologischer Reihenfolge dargestellt werden.
Einträge archivieren	Frühere Blog-Einträge werden automatisch archiviert und sind über eine Auflistung aller alten Blog-Einträge jederzeit wieder aufrufbar.
Einträge suchen	Mit dieser Funktion ist eine Volltextsuche in allen Blog-Einträgen möglich.
Interaktionsfunktionen	… für die Kommunikation zwischen Bloggern und Lesern sowie Blog-Verlinkungen.
Kommentare verfassen	Blog-Einträge können durch Leser kommentiert werden. Entsprechende Kommentare werden direkt unter dem betroffenen Eintrag dargestellt.
Web-Feed bereitstellen	Kurztexte zu Blog-Einträgen und ein Link zum Volltext können in einem XML-basierten Format (ATOM oder RSS) bereitgestellt und von Feedreadern abgerufen werden.
Permalink erstellen	Für jeden Blogeintrag wird automatisch ein Permalink – in Form eines Uniform Resource Identifier (URL) – erstellt, über den ein Eintrag referenzierbar ist.
Trackback setzen	Mit einem Trackback kann ein Blogger nachverfolgen, ob und wo ein eigener Eintrag in einem anderen Weblog über die Angabe des jeweiligen Permalinks verlinkt wurde. Dies wird über einen Netzwerk-Ping realisiert, der vom referenzierenden Weblog A zum referenzierten Weblog B gesendet wird. Im referenzierten Weblog B wird diese Meldung als Link im Originaleintrag zum referenzierendem Eintrag aus Blog A angezeigt.
Blogroll anlegen	Ein Blogroll ist eine Liste anderer mit dem betrachteten Weblog verlinkter Blogs.

Tabelle 2-3: Idealtypische Funktionen von Weblogs

Neben herkömmlichen Blogs existieren sog. Microblogs, die das Veröffentlichen kurzer Blog-Einträge unterstützten (vgl. Böhringer/Gluchowski 2009, S. 507). Microblogs werden in dieser Arbeit als Funktion von SNS betrachtet (siehe Kapitel 2.2.4).

2.2.3 Wikis

Wikis sind Sammlungen miteinander verlinkter Webseiten, auf denen Nutzer Inhalte lesen, bearbeiten und kommentieren können (vgl. Leuf/Cunningham 2001, S. 14)[7]. Zusätzlich können neue Seiten erstellt, mit anderen verlinkt und Dokumente dazu angehängt werden. Inhalte entstehen also durch mehrere kooperierende Nutzer (vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl 2008, S. 36). Wikis beinhalten damit im Gegensatz zu Weblogs eher objektive Sachverhalte und sind als Enzyklopädie-ähnlich anzusehen (vgl. Koch/Richter 2009, S. 37). Zudem ist in Wikis eine Volltext- und Artikelsuche sowie eine Historisierung von Artikeln enthalten (vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl 2008, S. 36). Idealtypisch verfügen alle Wiki-Nutzer über identische Nutzungsrechte (vgl. Stocker/Tochtermann 2009, S. 66). Eine Qualitätssicherung von Beiträgen ist dadurch zwar erschwert, wird aber über die Offenlegung früherer Versionen und die laufende Überarbeitung von Beiträgen gegeben (vgl. Koch/Richter 2009, S. 38). Im Unternehmenskontext werden Schreibrechte vereinzelt nur bestimmen Mitarbeitern zugewiesen (vgl. Bitzer 2011, S. 15).

[7] Das Bearbeiten von Wiki-Inhalten erfolgt über sog. WYSISWG (What you see is what you get)-Werkzeuge, die das Editieren von Inhalten direkt in der Leseansicht eines Wikis ermöglichen (vgl. Back/Gronau/Tochtermann 2008, S. 4). Auch Weblogs und moderne Content Management Systeme (CMS) zum Verwalten von Webseiten können diese Möglichkeit bieten.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Wiki-Funktionen lassen sich in Enzyklopädie-Funktionen zum Anlegen und Suchen von Wiki-Einträgen und in Funktionen zur Interaktion zwischen Wiki-Nutzern klassifizieren. Dazugehörige Einzelfunktionen sind in Anlehnung an KANE/FICHMAN (2009, S. 2) und BITZER (2011, S. 13-15) in Tabelle 2-4 dargestellt:

Funktion	Beschreibung
Enzyklopädie-Funktionen	… zum Anlegen und Suchen von Wiki-Seiten.
Einträge verfassen	Wiki-Autoren erstellen Inhalte auf Wiki-Seiten zu verschiedenen Themen. Diese Seiten können entsprechend dem Thema kategorisiert und so mit anderen Seiten zu ähnlichen Themen in Verbindung gebracht werden. Zu Einträgen können i. d. R. Dateien hochgeladen werden.
Einträge verlinken	Wiki-Seiten sind untereinander verlinkt. Das Anlegen neuer Wiki-Seiten ist durch eine Verlinkung einer anderen Wiki-Seite auf die neue Wiki-Seite möglich.[8]
Einträge suchen	Mit dieser Funktion ist eine Volltextsuche in allen Wiki-Einträgen oder eine Suche innerhalb von Kategorien möglich.
Interaktionsfunktionen	… für Interaktionen zwischen Nutzern des Wikis.
Diskussionsbeiträge verfassen	Jede Wiki-Seite enthält eine separate Diskussionsseite, auf der sich Leser und Autoren zu den Inhalten der Seite austauschen können.
Einträge editieren	Wiki-Seiten können je nach Rechteeinschränkung durch Nutzer verändert werden.
Versionshistorie anzeigen	Die Bearbeitungshistorie einer Seite lässt sich nachvollziehen, indem auf frühere Versionen zugegriffen und deren Autoren eingesehen werden können.
Letzte Änderungen anzeigen	Auf der Startseite eines Wikis lassen sich die letzten Änderungen auf Wiki-Seiten anzeigen.

Tabelle 2-4: Idealtypische Funktionen von Wikis

Damit ähneln Wikis Content Management Systemen (CMS) (vgl. Hippner 2006, S. 13). Im Gegensatz zu CMS enthalten Wikis i. d. R. keine Workflowsteuerung zum Veröffentlichen von Inhalten.

2.2.4 Social Networking Services (SNS)

Social Networking Services (SNS)[9] bieten Nutzern die Möglichkeit, ein digitales Profil der eigenen Person oder anderer Entitäten (bspw. Unternehmen, Abteilungen, Parteien) zu erstellen. Mit diesem Profil kann mit anderen Profilen und Nutzern des Webdienstes in Kontakt getreten, sich mit ihnen vernetzt und ausgetauscht werden (vgl. Boyd/Ellison 2008, S. 211). In einem SNS-Profil lassen sich Daten zur abgebildeten Entität strukturiert erfassen. Bei Personen können dies bspw. Fotos, Interessen oder Berufsdaten sein. Das Profil oder Teile des Profils kann bzw. können zudem für andere Nutzer der Anwendung zugänglich gemacht werden (vgl. Kettles/David 2008, S. 6). Profile anderer Nutzer können gesucht, mit ihnen Kontaktverbindungen eingegangen und mit Kontakten über synchrone (Instant Messaging, siehe Kapitel 2.2.5) und asynchrone Kommunikationskanäle (Gruppenforen und Nachrichtendienste) kommuniziert werden (vgl. Koch/Richter 2009, S. 54-57). Die Kommunikation wird zusätzlich durch die sog. Netzwerkaufmerksamkeit unterstützt. Profiländerungen von Kontakten und deren Aktivitäten werden dabei über einen Microblogging-Dienst bzw. einen sog. Activity-Stream auf der Startseite eines Nutzers platziert (vgl. Richter/Koch 2008, S. 90; Alfaro et al. 2012, S. 4). SNS bieten ferner die Möglichkeit, mittels der sog. Kontextaufmerksamkeit andere Nutzer einer SNS-Anwendung durch deren

[8] Nicht verlinkte und somit nur über die Suche erreichbare Wiki-Seiten werden somit vermieden (vgl. Choate 2005, S. 52).

[9] Social Networking Services werden auch als Social Networking Dienste (vgl. bspw. Koch/Richter/Schlosser 2007, S. 450) oder Social Networking Sites (vgl. bspw. Boyd/Ellison 2008, S. 210) bezeichnet.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Verbindung zu eigenen Kontakten zu finden (vgl. Richter/Koch 2008, S. 90). Da sich Nutzer zu Gruppen für verschiedene Themengebiete zusammenschließen können, unterstützen SNS geschlossene Communities, bspw. Communities of Practice (CoP), und offene Netzwerke ohne Abgrenzungen zu weiteren Nutzergruppen (vgl. Koch/Richter/Schlosser 2007, S. 450).

Zusammengefasst und in Anlehnung an BOYD/ELLISON (2008, S. 213), RICHTER/KOCH (2008, S. 89-90) und RICHTER (2010, S. 83-86) bieten SNS folgende idealtypische Funktionen (siehe Tabelle 2-5)[10]:

Funktion	Beschreibung
Identitätsfunktionen	… zum Anlegen und Suchen von Profilen.
Profile erstellen und pflegen	Profile können angelegt, mit Daten befüllt und Nutzern der Anwendung – je nach getätigten Profilfreigaben – zugänglich gemacht werden.
Profile suchen	Mit dieser Funktion kann anhand von Kriterien nach Profilen gesucht werden.
Kontaktfunktionen	… zum Erstellen und Pflegen eines Kontaktnetzwerks.
Kontaktverbindungen eingehen	Zu anderen Profilen lassen sich Kontaktverbindungen eingehen. Damit diese Gültigkeit erlangen, müssen sie vom anderen Profil bestätigt werden.
Kontaktlisten pflegen	Kontakte können in Listen verwaltet und ggf. klassifiziert werden.
Gruppen einrichten	Nutzer können sich zu thematisch abgegrenzten Gruppen zusammenfinden.
Kommunikationsfunktionen	… zum Austausch mit anderen Nutzern der Anwendung.
Synchron kommunizieren	Über Instant Messaging Dienste (siehe Kapitel 2.2.5) kommunizieren Nutzer des SNS, die gleichzeitig angemeldet sind, in Form eines Live-Chats miteinander.
Asynchron Kommunizieren	Nutzer können einem oder mehreren anderen Nutzern asynchrone Nachrichten – analog zu einer eMail – schicken. Des Weiteren kann sich asynchron über Gruppenforen ausgetauscht werden.
Aufmerksamkeitsfunktionen	… für Informationen aus dem eigenen Netzwerk und dessen Umfeld.
Netzwerkaufmerksamkeit erzeugen	Kontaktanfragen sowie Mitteilungen, Aktivitäten und Profiländerungen von Kontakten werden auf der individuellen Startseite angezeigt.
Kontextaufmerksamkeit erzeugen	Verbindungspfade zu anderen Nutzern („Über wen kenne ich jemand anderen?“) werden angezeigt. Zudem können potentielle Kontakte – auf Basis von Profilgemeinsamkeiten oder Kontaktverbindungen von Nutzern zu direkten Kontakten – empfohlen werden. Besucher des eigenen Profils werden angezeigt.

Tabelle 2-5: Idealtypische Funktionen von Social Networking Services (SNS)

Der Funktionsumfang von SNS variiert in konkreten Ausgestaltungen. Neben den beschrieben Standardfunktionen können SNS auch Weblogs, Wikis oder andere Dienste – bspw. Foto- und Videoaustauschmöglichkeiten – integrieren (vgl. Kettles/David 2008, S. 8; Sankar/Bouchard 2009, S. 42).

2.2.5 Weitere Anwendungsklassen

Einige Autoren zählen weitere Anwendungsklassen zur Social Software Domäne, die aber im Rahmen dieser Arbeit entweder nicht relevant sind oder integriert mit den bereits vorgestellten Anwendungsklassen betrachtet werden (siehe Kapitel 2.2.1).

Social Tagging Dienste erlauben das gemeinschaftliche Verschlagworten und Indexieren von Inhalten bzw. deren Anreicherung um Metadaten (vgl. Schmidt 2007b, S. 43). Inhalte werden damit näher be-

[10] RICHTER/KOCH unterscheiden zwischen den Funktionsklassen Identitätsmanagement, (Experten)-Suche, Kontaktmanagement, Unterstützung des gemeinsamen Austauschs, Netzwerk- und Kontextawareness (vgl. Richter/Koch 2008, S. 89-90). An Anlehnung an die Funktionssystematik (siehe Kapitel 2.2.2) von Weblogs und Wikis (siehe Kapitel 2.2.3) wurde diese Systematik für diese Arbeit angepasst und Funktionen auf eine einheitliche inhaltliche Abstraktionsebene gebracht.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

schrieben, besser auffindbar und durch gemeinsame Schlagworte miteinander verlinkt. In dieser Arbeit wird Social Tagging als Funktion von Weblogs und Wikis (vgl. Raabe 2009, S. 45) sowie SNS (vgl. Bax et al. 2010, S. 26-27; Avram 2006, S. 2) aufgefasst, in denen dortige Inhalte mit Tags versehen werden können. Auch sog. Social Bookmarking Dienste werden nicht als eigene Anwendungsklassen betrachtet. Sie ermöglichen es, Links und Uniform Resource Locators (URLs) an zentraler Stelle zu sammeln, diese zu verschlagworten und anderen Nutzern zugänglich zu machen (vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl 2008, S. 109). Dies wird i. d. R. durch Wikis gewährleistet. Weitere, oft genannte Anwendungsklassen sind Instant Messaging (IM) und Podcasts. IM stellt eine synchrone, textbasierte Kommunikationsmöglichkeit dar (vgl. Koch/Richter 2009, S. 67), die hier als Funktion von SNS betrachtet wird (vgl. Raabe 2009, S. 45, siehe Kapitel 2.2.4). Podcasts bzw. Vodcasts ermöglichen das Verteilen von Mediendateien über das Internet. Da sie somit ausschließlich als Distributionsform digitaler Inhalte – ohne Interaktionsmöglichkeiten – angesehen werden können (vgl. Sankar/Bouchard 2009, S. 37), sind sie ebenfalls nicht weiter relevant.

2.3 Social Software Einsatzszenarien in Unternehmen

Weblogs, Wikis und SNS können in Unternehmen als Informationsquelle und Unterstützungswerkzeug für Aufgaben innerhalb von funktionalen Bereichen, bspw. dem Vertrieb, oder in bereichsübergreifenden Prozessen, bspw. dem Wissensmanagement, eingesetzt werden (vgl. Back/Heidecke 2008, S. 105). Dabei lassen sich verschiedene Szenarien unterscheiden, die im Folgenden voneinander abgegrenzt werden. Sie sind insbesondere für Kapitel 4 dieser Arbeit relevant.

2.3.1 Definition von Einsatzszenarien

Im Unternehmenskontext können einerseits Social Software Anwendungen aus dem Internet verwendet werden – bspw. Wikipedia als Wiki in der informellen Weiterbildung (vgl. Trost 2010, S. 8) oder Facebook als SNS im Marketing (vgl. Holzner 2009; Treadaway/Smith 2010). Andererseits können die AS im innerbetrieblichen Intranet[11] zu finden sein (vgl. Gouthier/Hippner 2008, S. 96-98). Hier ist es möglich, dass nicht nur Mitarbeiter des einsetzenden Unternehmens, sondern auch Internetnutzer – ggf. Kunden oder Kooperationspartner – auf die internen Systeme zugreifen (vgl. bspw. Gouthier/Hippner 2008, S. 95). Dementsprechend können – in Abhängigkeit von der Lokalisierung einer Social Software Anwendung (Internet oder Intranet) und den partizipierenden Anwendern (unternehmensintern oder unternehmensextern) – drei grundsätzliche Szenarien für einen Social Software Einsatz im Unternehmenskontext identifiziert werden (vgl. Hippner 2006, S. 15; Koch/Richter/Schlosser 2007, S. 451; Back/Gronau/Tochtermann 2008, S. 5) (siehe Abbildung 2-1 auf nächster Seiten). Im Folgenden werden diese Einsatzszenarien charakterisiert und beispielhafte Einsatzgebiete von Weblogs, Wikis und SNS kurz angesprochen[12].

[11] Das Intranet ist ein unternehmensinternes Netzwerk – aus technischer Sicht basierend auf Protokollen, die aus dem Internet bekannt sind, bspw. TCP/IP (vgl. Kavai 2007, S. 56). Die im Intranet genutzten Dienste umfassen meist eMail und diverse Webanwendungen, bspw. interne Informationswebseiten (vgl. Servati/Bremner/Iasi 1997, S. 45).

[12] Eine ausführliche Zusammenstellung von Social Software Einsatzgebieten aus Unternehmenssicht liefern KETTLES/DAVID (2008, S. 10-16). Das Benutzen von Social Software Anwendungen im Personalmanagement ist in Kapitel 4 dargestellt.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

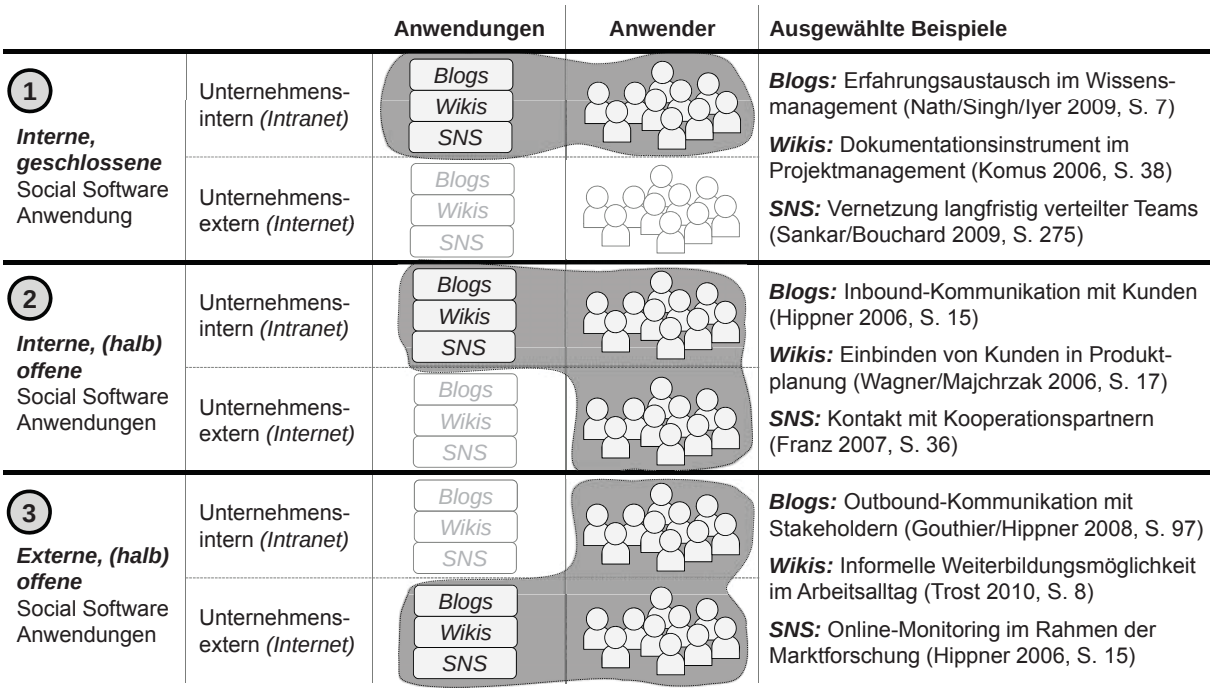

Abbildung 2-1: Einsatzszenarien von Social Software bei der Nutzung durch Unternehmen

2.3.2 Internes, geschlossenes Einsatzszenario

Im internen, geschlossenen Einsatzszenario sind Social Software Anwendungen im Unternehmensnetzwerk integriert und stehen ausschließlich Mitarbeitern des jeweiligen Unternehmens zur Verfügung. Weblogs kommen dabei bspw. im Wissensmanagement zum Austausch von individuellem Erfahrungsschatz (vgl. Nath/Singh/Iyer 2009, S. 7) oder im Projektmanagement zur Koordination und Kommunikation innerhalb von Projektteams (vgl. Hippner 2006, S. 15) zum Einsatz. Letzteres wird ebenso durch Microblogging-Dienste in Unternehmen gewährleistet (vgl. Riemer/Richter/Bohringer 2010, S. 388). Auch Wikis können im Projektmanagement eingesetzt werden, bspw. als Projekthandbuch (vgl. Bitzer 2011, S. 81-93) oder für das Projektcontrolling (vgl. Komus 2006, S. 38). Wikis werden zudem in der internen Unternehmenskommunikation oft als Ergänzung zu Intranet-Webseiten (vgl. Raabe 2009, S. 45), oder als technische Grundlage eines Intranets (vgl. Stocker/Tochtermann 2012, S. 88) verwendet. Weitere Einsatzbereiche sind das Ideenmanagement zum Formulieren von Ideen und Verbesserungsvorschlägen (vgl. Komus 2006, S. 40), die Softwareentwicklung zum Sammeln und Weiterentwickeln von Anforderungen verschiedener Stakeholdergruppen (vgl. Hagen/Jungmann/Lauenroth 2007, S. 125-135) oder das Wissensmanagement (vgl. Qi et al. 2009, S. 34-37), in dem es oft als Wissensenzyklopädie dient (vgl. Komus/Wauch 2010, S. 114). Die interne Verwendung von SNS kann bspw. im Vertrieb zur Vernetzung langfristig verteilter Teams (vgl. Döbler 2008. S. 121; Sankar/Bouchard 2009, S. 275-276) oder wiederum im Wissensmanagement für das Auffinden von Wissensträgern und Experten (vgl. Richter/Riemer 2009, S. 5) stattfinden. Social Software kann in diesem Szenario integriert sein mit weiteren betrieblichen Anwendungssystemen mit jeweils ähnlichem Datenstamm oder ähnlicher Funktionalität (vgl. Rees/Hopkins 2009, S. 14).

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.

Social Software soll in diesem Szenario die offene und informelle Kommunikation, Vernetzung und Informationsdistribution entsprechender Lösungen im privaten Internetalltag (vgl. Hippner 2006, S. 8) in den betrieblichen Kontext überführen (vgl. Koch 2008, S. 424; DiMicco et al. 2009, S. 7).

2.3.3 Internes, offenes bzw. halboffenes Einsatzszenario

Das interne, offene bzw. halboffene Einsatzszenario von Social Software ist ebenfalls durch AS im Unternehmensnetzwerk gekennzeichnet und verfolgt ähnliche Ziele wie im geschlossenen Szenario. In diesem Fall werden einerseits Kunden, andererseits Geschäfts- und Kooperationspartner externer Unternehmen als Nutzer der Anwendungen einbezogen (vgl. Gouthier/Hippner 2008, S. 95; Lattemann/Stieglitz/Kupke 2009, S. 18). Im halboffenen Szenario wird ein Zugang auf ausgewählte Teilnehmer eingeschränkt. Im offenen Fall sind alle möglichen Nutzer integriert. Für Kunden können im Rahmen des Kundenservices mit Weblogs und Wikis Kanäle zur Kommunikation von Produktproblemen oder Fragen geschaffen werden (vgl. Hippner 2006, S. 15; Brecht/Cudreasova/Zhou 2010, S. 2). Wikis lassen sich auch für das Einbinden von Kunden in Produktplanungs- und -verbesserungsprojekte nutzen (vgl. Wagner/Majchrzak 2006, S. 17-19). Wenn Kunden in internen SNS integriert werden, kann zudem aus Marketingsicht direkt mit ihnen in Kontakt getreten werden (vgl. Franz 2007, S. 36). Mit Kooperationspartnern können Social Software Anwendungen für ähnliche Zwecke wie im internen, geschlossen Einsatzszenario (siehe oben) eingesetzt werden.

2.3.4 Externes, offenes bzw. halboffenes Einsatzszenario

Im externen, offenen bzw. halboffenen Szenario partizipieren Unternehmen in Social Software Anwendungen im Internet (= offenes Szenario) oder im Intranet von Kooperationspartnern (= halboffenes Szenario). Letzteres entspricht dem Szenario aus Kapitel 2.3.3, nur aus Sicht des partizipierenden Unternehmens. Eine Beteiligung an Weblogs, Wikis und SNS im Internet dient einer direkten Kommunikation mit Stakeholdern im Rahmen der Public Relations (vgl. Gouthier/Hippner 2008, S. 97). SNS wie bspw. Facebook gewährleisten für das Marketing und den Vertrieb eine direkte Kundenkommunikation, indem Vertriebs- oder Marketingmitarbeiter über SNS-Kommunikationsfunktionen mit potentiellen Kunden in Kontakt treten können (vgl. Eccleston/Griseri 2008, S. 599). Zusätzlich erfreuen sich Microblogging-Dienste, bspw. Twitter, hoher Beliebtheit bei Marketingfachleuten (vgl. Böhringer/Richter/Koch 2009, S. 275). Externe Social Software wird von Unternehmen auch für die Marktforschung genutzt. Das damit verbundene Online-Monitoring von Blogs und SNS kann Erkenntnisgewinne für zukünftige Produkte sowie über Eigenschaften von Kunden und Wettbewerbern implizieren (vgl. Hippner 2006, S. 15).

2.4 Social Software Anwendungsfelder in Unternehmen

Die beispielhaft innerhalb der drei Einsatzszenarien aufgezeigten Einsatzgebiete verdeutlichen folgende Charakteristika von Social Software im Unternehmenskontext:

a) Entsprechende Anwendungen sind als klassische betriebliche Informationssysteme nach DAVIS/OLSON (1985, S. 6) aufzufassen, da sie die Verarbeitung und den Austausch von Unternehmensdaten gewährleisten.

Dieses Werk ist copyrightgeschützt und darf in keiner Form vervielfältigt werden noch an Dritte weitergegeben werden.
Es gilt nur für den persönlichen Gebrauch.