

Vom klassischen Business zum Enterprise 2.0

Wie können wir die Web-2.0-Technologie für unseren Erfolg nutzen? Und: Wie können wir uns zum Enterprise 2.0 entwickeln? Mit diesen Fragen befassen sich zur Zeit viele Unternehmen und finden nur schwer eine Antwort. Denn bei der Entwicklung zum Web-2.0-Unternehmen steht neben der Struktur eines Unternehmens auch dessen Kultur auf dem Prüfstand.

Von Gerald Lembke

Verfolgt man die aktuelle Diskussion, wie Unternehmen die Web-2.0-Technologie für sich nutzen können, fällt auf: Sie weist Parallelen zur Wissensmanagement-Diskussion um die Jahrtausendwende auf. Geändert hat sich seitdem in den meisten Unternehmen wenig. Weder wandelte sich ihre Kultur, noch ist die Herausforderung, Wissen zu organisieren, gelöst.

Und nun kommt das Web 2.0 und die Unternehmen sollen sich zum Enterprise 2.0 entwickeln? Verständlich, dass sich mancher Manager diesem Thema mit Vorbehalt nähert. Trotzdem führt in den Unternehmen kein Weg an einer Beschäftigung mit den Fragen vorbei:

- Inwieweit verändert die Web-2.0-Technologie unser Umfeld? Und:
- Inwieweit können, wollen oder müssen wir sie sogar für unseren Erfolg nutzen?

Denn bereits heute nutzen 98 % der 15- bis 29-Jährigen das Social Web ganz selbstverständlich als Kontakt- und Informationsquelle – unter anderem, weil sie an diesen Mitmach-Technologien der unkontrollierte sowie herrschaftsfreie Austausch von Informationen fasziniert. Und diese jungen Männer und Frauen sind nicht nur die Kunden der Unternehmen von morgen, sie sind auch deren künftige Mitarbeiter – soweit sie nicht bereits auf deren Gehaltslisten stehen.

Wenn es um das Thema Social Media geht, treffen zwei Weltbilder aufeinander:

- ein mechanistisch deterministisches Weltbild, vertreten durch die meisten Unternehmen, und
- ein liberalegoistisch orientiertes Weltbild, vertreten durch die (meist) jüngeren Mitarbeiter und Kunden der Unternehmen.

Durch das Aufeinandertreffen dieser beiden Mentalbilder ist in vielen Unternehmen eine anhaltende Veränderungsdynamik entstanden.

Standard: Change-Management

In den Unternehmen verlieren die klassischen, hierarchischen Organisationskonzepte zunehmend ihre integrierende und steuernde Wirkung. Denn sie waren die Antwort auf eine arbeitsteilig organisierte Gesellschaft. Heute repräsentieren sie in ihrer Starrheit das Gegenkonzept zur gesellschaftlichen Realität und fördern bei vielen Mitarbeitern ein Gefühl von Sinnlosigkeit, das aus einer Diskrepanz zwischen individuellen Erwartungen und strukturellen Bedingungen entsteht.

Hieraus erwächst ein Veränderungsdruck auf die Unternehmen, bei dem es nicht mehr darum geht, Routinen neu zu organisieren, sondern Offenheit und Flexibilität



zu initiieren. Veränderung wird sozusagen zum organisationalen Standard. Denn das wirtschaftliche Überleben in der Moderne hängt entscheidend vom Potenzial zur Erneuerung ab.

Innovativ werden Mitarbeiter aber nur, wenn sie sich mit dem Unternehmen identifizieren. Das setzt voraus, dass ihre Ressourcen wahrgenommen und adäquat eingesetzt werden. Üblicherweise folgen die Strukturen in den Unternehmen aber nicht den Möglichkeiten der Mitarbeiter. Die Mitarbeiter passen sich vielmehr in die bestehenden unflexiblen Strukturen ein. Arbeiten unter diesen Bedingungen macht für immer weniger Mitarbeiter Sinn. Eine als sinnlos empfundene Arbeit stiftet aber weder Identifikation noch Motivation, und sie ist somit auch weder innovativ noch auf Dauer produktiv.

Daraus folgt: Eine moderne Unternehmensorganisation muss variable Strukturen besitzen. Die Anpassungsleistung muss sich von den Mitarbeitern auf die Strukturen verschieben – und genau das geschieht bei der Entwicklung von Unternehmen zum Enterprise 2.0.

Wissensnetzwerke fördern

Die Entwicklung zum Web-2.0-Unternehmen bringt eine Veränderung der Zusammenarbeit mit sich. Also muss sich auch das Führungsverständnis wandeln. Das Management muss die neuen Formen der Kommunikation und Zusammenarbeit zunächst als sinnvoll erachten, dann die relevanten Entscheidungen treffen und schließlich die Mitarbeiter auf die neuen Aufgaben vorbereiten – eine Aufgabe, die insbesondere an das mittlere Management hohe Herausforderungen stellt.

Die durch die sozialen Techniken des Web 2.0 geförderte Zusammenarbeit und informelle Kommunikation lassen sich in Form von Wissensnetzwerken visualisieren und mittels Netzwerkanalysen untersuchen und evaluieren.

Wissensnetzwerke sind Gemeinschaften in Organisationen, in denen der Wissens- und Informationsaustausch gezielt gefördert wird und in denen an Lösungsfindungen für unternehmerische Probleme gearbeitet werden kann. Ihre Kennzeichen sind eine hohe Dynamik, räumlich/zeitlich ver-

teiltes und abteilungsübergreifendes Arbeiten sowie offenes, themenzentriertes Denken und Arbeiten. Wissensnetze definieren sich durch gemeinsame Werte oder Ziele. Sie dienen nicht einem wertfreien Informationsaustausch, sondern stärken die Fähigkeit zu Forschung, Entwicklung und Kommunikation der Beteiligten auf der Grundannahme: Die Gesamtheit ist mehr als die Summe der Einzelnen.

Mitarbeiter befähigen

Im Enterprise 2.0 müssen die Mitarbeiter persönlich Wissensmanagement betreiben, das darauf abzielt, Wissensbestände und Lernprozesse eigenverantwortlich zu handhaben. Dafür benötigen sie ein Bündel von Kompetenzen und Instrumente zum Strukturieren und Ordnen von individuellen Wissensbeständen, damit sie die Verantwortung dafür übernehmen können, was sie wissen und wen sie kennen.

Den Mitarbeitern muss also ein Koffer mit Tools zur Verfügung gestellt werden, mit denen sie unter anderem auch Kontakte zu Kollegen und (Noch-nicht-)Kunden managen können. Ob und wie die Mitarbeiter in diesen Netzwerken mit Un-

Unternehmenswissen umgehen dürfen und sollen, ist eine Frage der (gewünschten) Unternehmenskultur. Als Maßstab kann hierbei vor allem die Unternehmens-Policy amerikanischer Unternehmen dienen, die der Nutzung der Social Media Tools meist offener gegenüber stehen als deutsche Unternehmen. Diese Policies sind sehr individuell. Deshalb können Unternehmen sie nicht einfach übernehmen – auch weil die Entscheidungen, die in einer Policy dokumentiert sind, die kulturelle Wertestruktur des jeweiligen Unternehmens widerspiegeln.

Strategie entwickeln

Unternehmen präferieren für die Organisation von Mitarbeiterwissen häufig schnelle und kostengünstige Lösungen – zum Beispiel Blogs und Wikis, denn ihre technische Integration ist problemlos. Eine weit größere Herausforderung stellt das Erheben des Nutzungskonzepts im Unternehmen und die Motivation der Mitarbeiter zur täglichen Umsetzung dieses Konzeptes dar.

Ein Nutzungskonzept sollte folgende Fragen beantworten:

- Welches Ziel verfolgt das Unternehmen zum Beispiel mit dem Wiki und welchen Nutzen soll es dessen Mitarbeitern/Kunden bieten?
- Welcher Inhalt soll eingestellt werden?
- Wer stellt diesen Inhalt ein?
- In welchen Intervallen und aus welchen Anlässen soll Inhalt eingestellt werden?
- Dürfen Inhalte von Dritten redigiert werden? Wenn ja, welche?
- Welche »Belohnungen« und »Bestrafungen« gibt es für das (Nicht-)Einstellen von Inhalten?

Beim Erstellen des Nutzungskonzepts gilt das bekannte Primat: Betroffene zu Beteiligten machen. Das Unternehmen kann zum Beispiel eine Task-Group von Mitarbeitern einrichten, die unter externer Expertenmoderation einen Entwurf erstellt, den sie dem Top-Management vorstellt. Diese Policy-Skizzen müssen dann konkretisiert werden. Werden sie von Top-Management, Führungskräften und Mitarbeitern akzeptiert, kann ein Change-Prozess in Gang gesetzt werden, der einer internen Wissensstrukturierung den Weg ebnet.

Neues Führungsverständnis

Eine zentrale Rolle bei der Entwicklung zum Enterprise 2.0 spielen die Führungskräfte, denn sie sind die Träger und Multiplikatoren der Erfolgsfaktoren Offenheit und Vertrauen. Letztlich stehen die Unternehmen vor der Herausforderung, bei ihren Führungskräften Denkstrukturen zu schaffen, die es ihnen ermöglichen, Träger und Multiplikatoren der nötigen Offenheit und des erforderlichen Vertrauens in die Organisation und deren Kommunikationswelt zu sein. Das kann zum Beispiel dadurch geschehen, dass die Führungskräfte selbst erste Enterprise-2.0-Initiativen starten – zum Beispiel ein Wiki für die Mitarbeiter ihres Bereichs. Die Führungskräfte sollten zudem mit ihren Mitarbeitern eine Policy entwickeln, die den Umgang mit Offenheit und Vertrauen regelt. Agenturen können dabei Unterstützer in technischen und grafischen Fragen sein. Doch sie können nicht die Rolle der Change-Begleiter übernehmen, die in diesem Prozess zwingend nötig sind.

Die Rolle der Führungskräfte verändert sich in Web-2.0-Unternehmen hin zu mehr Leadership. Die Führungskräfte müssen sich in Richtung pragmatischer Sinnstifter und Vernetzer entwickeln, die beim Bewältigen der aus dem Change-Prozess resultierenden Herausforderungen stets auch das originäre Geschäft des Unternehmens vor Augen haben. Im Enterprise 2.0 legt die Führungskraft die Routine ihrer Arbeit mit Hilfe sozialer Software offen. Das setzt Führungspersönlichkeiten voraus, die keine Angst vor Offenheit und nichts zu verbergen haben.

Netzbasierte Sozialkompetenzen

Schon lange beschäftigen sich Unternehmen mit der Frage des Nutzens oder der Usability von IT-Systemen. Dabei vergessen sie oft, dass Menschen die Nutzer dieser Systeme sind und mit ihnen interaktiv arbeiten sollen (Mensch-Maschine-Interaktion). Mit der Nutzung der sozialen Systeme in Unternehmen gewinnt diese Frage eine neue Brisanz, denn nun sollen die Mitarbeiter über diese Systeme miteinander arbeiten. Daraus ergeben sich hohe Anforderungen an die Usability und Kompetenzanforderungen an die Mitarbeiter und Führungskräfte. Diese werden oft unterschätzt. Entsprechend viele Projekte sind schon an den mangelnden netzbasierten Sozialkompetenzen gescheitert.

Ausblick

Die angestellten Betrachtungen zum Thema Enterprise 2.0 mögen manche Entscheider zunächst lähmen. Denn die Anforderungen sind komplex und stark voneinander abhängig. Zudem sind die Budgets nicht eingrenzbar und der Erfolg der Maßnahmen nur schwer nachweisbar.

Deshalb zeichnet sich bei diesem Thema in vielen Unternehmen eine ähnlich kategorische Pro- oder Contra-Entscheidung ab, wie bei vergleichbaren Themen der lernenden Organisation. Historische Erfahrungen zeigen jedoch: Tiefe strukturelle Entwicklungen von Unternehmen haben stets lange Inkubationszeiten. Denn dafür müssen Menschen in den engen Unternehmenskorsetten zunächst gesellschaftliche und soziale Entwicklungen wahrnehmen und für sich Anpassungsstrategien entwickeln. Und diese individuell verankerten Handlungsmuster stellen dann den Nährboden für organisationale Entwicklungen dar.

Von diesem Punkt sind die meisten Unternehmen weit entfernt. Daher macht es aktuell meist wenig Sinn, umfassende Enterprise-2.0-Konzepte für Unternehmen zu entwickeln. Sinnvoller ist es, gezielt und dauerhaft Impulse im sozialen System Unternehmen zu setzen. Kleine Injektionen erzeugen oft größere Wirkungen im Hinblick auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung als umfassende Reorganisationen.

Wie groß die Injektionsnadel sein muss und welcher Wirkstoff der richtige ist, kann pauschal nicht beantwortet werden. Denn letztlich sollte der Reifegrad des Unternehmens der Ausgangspunkt für alle Enterprise-2.0-Aktivitäten sein. □

Gastautor: Prof. Dr. Gerald Lembke leitet den Studiengang Digitale Medien an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mannheim. Er ist Direktor des Instituts New Media Management der Unternehmensberatung Dr. Kraus & Partner, Bruchsal. (gerald.lembke@kraus-partner.eu)

