

Aufbruch aus der Gutenberg-Ära: Neue Potenziale der Zusammenarbeit mit Social Media und Wikimanagement

Ayelt Komus

Fachhochschule Koblenz
Fachbereich Betriebswirtschaft
Konrad-Zuse-Straße 1
56075 Koblenz
komus@fh-koblenz.de
www.komus.de

Zusammenfassung

Social-Media-Angebote (oft auch als Web-2.0-Angebote bezeichnet) wie Wikipedia, Twitter, Facebook u. v. a. haben in den letzten Jahren innerhalb kürzester Zeit enormen Zuspruch erhalten.

Wurden derartige Angebote zunächst als nicht fundiert, nur freizeitrelevant etc. eingestuft, hat sich inzwischen die Erkenntnis durchgesetzt, dass das Wertschöpfungspotenzial auch im beruflichen Umfeld enorm ist. Viele spektakuläre Beispiele haben den Weg zu dieser Erkenntnis bereitet. Inzwischen ist der Einsatz von Blogs, Wikis, sozialen Netzwerken etc. in vielen Unternehmen akzeptiert und wichtiger Bestandteil bei der Umsetzung von IT-Strategien.

Eine Analyse der Funktionsweise von Social-Media-Angeboten zeigt, dass derartige Angebote nur dann funktionieren, wenn die sozio-technischen Systeme vor allem auch als Systeme mit wichtiger sozialer Komponente verstanden werden. Gleichzeitig zeigt sich, dass viele soziale sowie Kommunikationsmuster, die sich infolge der Erfindung des Buchdrucks und des Aufkommens der „klassischen“ elektronischen Massenmedien ergeben haben, nicht mehr unbedingt gültig sind. An einigen Stellen lassen sich Kommunikations- und Kollaborationsmuster erkennen, wie sie auch vor der Gutenberg-Ära verbreitet waren.

Sollen die neuen Möglichkeiten von Social Media erfolgreich eingeführt werden und wesentlich zu einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit beitragen, so müssen die relevanten Erfolgsfaktoren verstanden und umgesetzt werden. 10 zentrale Erfolgsfaktoren wurden als „Wikimanagement-Erfolgsfaktoren“ herausgearbeitet und unterstützen Unternehmen bei der Analyse, wie reif ihre Organisation für die Nutzung von Social Media ist bzw. welche Schritte noch zu durchlaufen sind, um von Social Media profitieren zu können.

Zum Einstieg in die Nutzung von Social-Media-Angeboten bietet sich ein Vorgehen nach dem Cafeteria-Prinzip an. Prozessorientiert wird analysiert, welche der Social-Media-Wirkungsfelder –Emotion, Vernetzen, Entwickeln, Öffnen – in den einzelnen Prozessbereichen besonders wichtig sind. Darauf abgestimmt können zielgerichtet die entsprechenden Social-Media-Angebote eingeführt werden.

Referent

Prof. Dr. Ayelt Komus, Diplom-Kaufmann. Promotion am Institut für Wirtschaftsinformatik an der Univ. des Saarlandes (damaliger Direktor Prof. Dr. Dr. h. c. mult. A.-W. Scheer). Tätigkeit bei der IDS Scheer AG mit den Schwerpunkten Prozessorientierte IT-Implementierung (ECM, DMS, BPM, ERP), Geschäftsprozessmanagement und IT-Strategie.

Seit 2004 ist er Professor an der FH Koblenz. Forschungsschwerpunkte sind prozessorientierte Organisationsgestaltung, IT-Strategie, Social Media und Informationsmanagement. Prof. Komus erkannte sehr frühzeitig die Potenziale von Social Media/Web 2.0 auch für die Wirtschaft und setzte dies in Form zahlreicher Studien, Projekte und Publikationen um.

Prof. Dr. Komus leitet das BPM-Labor an der FH Koblenz und ist Co-Sprecher des Kompetenzzentrums für Virtuelle Organisation und Engineering – Netzwerk für Forschung, Entwicklung und Wissenstransfer. Er ist Mitbegründer der „Modellfabrik Koblenz“.

Prof. Komus ist u. a. Autor des Buches „Wikimanagement“, das die Möglichkeiten und Voraussetzungen von Social Media im Unternehmen umfassend beleuchtet. Weiterhin hat er in den letzten Jahren verschiedene Praxis-Studien zur IT-gestützten Zusammenarbeit sowie zum Geschäftsprozessmanagement geleitet. In den nächsten Monaten erscheint sein neues Buch „BPM Best Practice“ im Springer Verlag.

Weitere Informationen, Texte und Vorträge unter www.komus.de