

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Abbildungsverzeichnis	3
Tabellenverzeichnis	5
1 Management Summary	6
2 Hintergrund	11
2.1 Einführung	11
2.2 Aufbau der Studie	12
3 Was ist Social Software?	15
3.1 Web 2.0 und Social Software - Modebegriffe oder Trend mit Potenzial?	15
3.2 Potenziale von Social Software in Unternehmen	25
3.3 Grenzen von Social Software für das Wissensmanagement	29
4 Herausforderung Mitarbeiterbeteiligung	33
4.1 Darstellung der Beschreibungsebenen	33
4.2 Beschreibung der Einflussfaktoren	37
4.2.1 Einflussfaktoren der Ebene »Unternehmen«	38
4.2.2 Einflussfaktoren der Ebene »Gruppen«	41
4.2.3 Einflussfaktoren der Ebene »Mitarbeiter«	43
4.3 Zusammenfassung	45
5 Ergebnisse der Studie zum Einsatz von Social Software	48
5.1 Methodisches Vorgehen	48
5.2 Statistische Informationen zu der Befragung	49
5.3 Verbreitung und Einsatzmöglichkeiten in Unternehmen	53
5.4 Nutzungshäufigkeit und Vorteile von Social Software	56
5.5 Maßnahmen bei der Einführung von Social Software	59
5.6 Vorteile von Wissensmanagement mit Social Software	62
5.7 Erfolgsfaktoren	64
5.7.1 Unternehmensebene	64

5.7.2	Gruppenebene	70
5.7.3	Individuelle Ebene	78
5.8	Bedeutung der Einflussfaktoren	88
6	Vorgehensweise zur Einführung von Social Software in Unternehmen	91
6.1	Strategie	92
6.2	Analyse	92
6.3	Konzeption	94
6.4	Realisierung	97
6.5	Einführung	98
7	Zusammenfassung	100
	Quellen	102