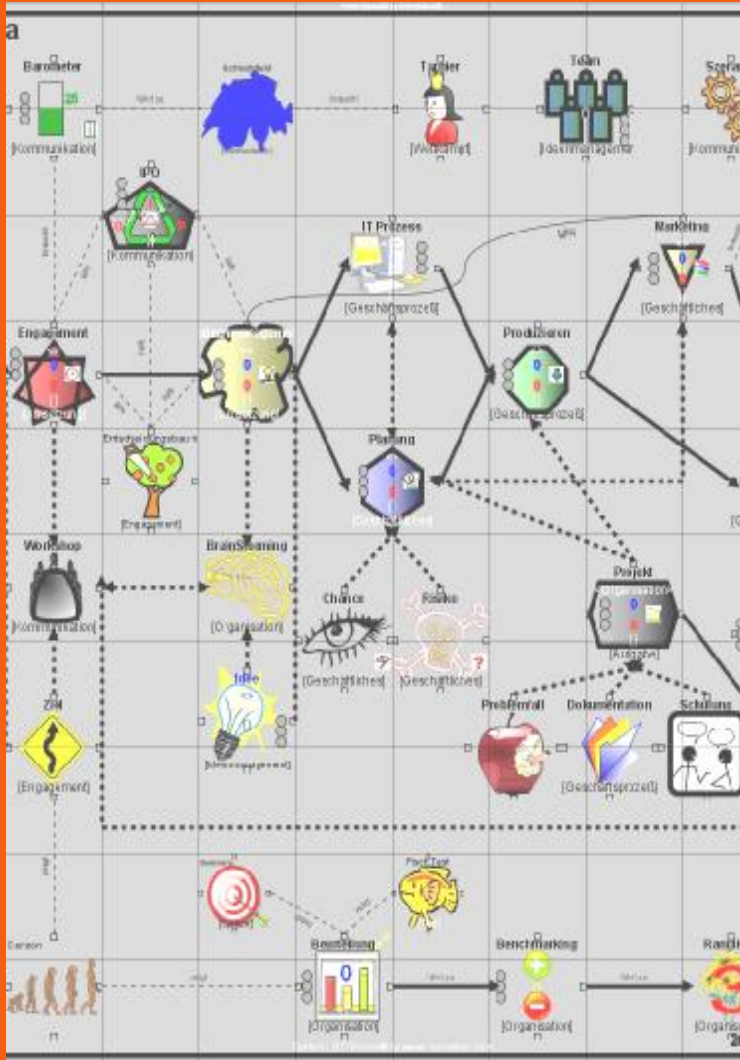


Advanced Collaboration als Erfolgsfaktor in der mittelständischen Unternehmenspraxis

Wie Mitarbeiter vom passiven
Informationsempfänger zum
aktiven Web-Worker werden

05.09.2007, Industrieforum Triple-I in Graz



Die Vision und die Realität

- 4 Thomas Watson, ehemaliger CEO von IBM, sagte 1943 den denkwürdigen Satz "Ich denke, dass es einen Weltmarkt für vielleicht fünf Computer gibt".
- 4 Ken Olson - Präsident der Digital Equipment Corporation – mutmaßte im Jahr 1977: "Es gibt keinen Grund dafür, dass jemand einen Computer zu Hause haben wollte."
- 4 Tim O'Reilly, Ausrichter der ersten „Web2.0“-Konferenz im Oktober 2004: „Was wir heute unter einem Computer verstehen, ist eigentlich nur ein Zugangsgerät zu dem einen weltweiten elektronischen Gehirn, das wir erschaffen.“

Agenda

- 4 Web2.0 – das erste wirkliche Netz?
- 4 Corporate Web2.0 – die erste wirkliche Kooperation?
- 4 Praxisbeispiele – wirklich wahr!
- 4 Chancen / Risiken – wirklich abzuwägen!
- 4 Guter Rat - wirklich nicht teuer...

Web2.0 – Das erste wirklich Netz?

- 4 Netz als Plattform für Anwendungen, die von ihren Nutzern lernen. Stichwort: *Kollektive Intelligenz, Schwarmintelligenz*
- 4 mobilisiert Zielgruppen, die zuvor nicht erreicht wurden
 - 4 *Architektur des Mitwirkens* durch starke Vernetzung, *Mit-Mach-Web*
 - 4 *Geben & Nehmen*, Austausch von Informationen und Erfahrungen
 - 4 *Selbstdarstellung*, Status, Reputation, *15-Minuten-Berühmtheit*, Verlagerung des *Privaten* ins *Öffentliche*
- 4 Erschließt neue Potenziale im Web durch
 - 4 Nutzung der preisgegebenen Kundendaten für gezielte Werbung
 - 4 Bereitstellung von Plattformen, in denen Anbieter und Kunden nicht mehr unterschieden werden (ebay, amazon)
 - 4 Corporate Web2.0 als unternehmensinterner *Beschleuniger* (Prozesse, Informationen, Kommunikation, ...)

Das „rumreiche Zaunweißen“



Corporate Web2.0 – die erste wirkliche Kooperation?

4 Unternehmensweite – und –übergreifende Kommunikation über

- 4 RSS,
- 4 Blogging,
- 4 Tagging,
- 4 Twitter,
- 4 Wiki,
- 4 Social Search,
- 4 Social Bookmarking,
- 4 Messaging mit skype,
- 4 Net-Meetings,
- 4 ...

Funktionen des „Corporate Blogs“

- 4 **Knowledge-Blogs:** hier wird insbesondere im Intranet Know-How ausgetauscht; die Mitarbeiter können untereinander kommunizieren;
- 4 **Service-Blogs:** Kunden erhalten zusätzliche Informationen zu Produkten und können ggf. auch Verbesserungsvorschläge machen;
- 4 **Marketing-Blogs:** Blogger unterstützen Werbekampagnen von Unternehmen über einen bestimmten Zeitraum hinweg
- 4 **Projekt-Blogs:** Dokumentation der Zusammenarbeit mit Marktpartnern in einem bestimmten Projekt, Austausch von Informationen (Vermischung mit Knowledge-Blog)
- 4 **Krisen-Blogs:** effektives und schnelles Reagieren auf Unternehmenskrisen wie z.B. beim Feststellen von Produktmängeln

Kundenbewertungen bei Otto

- 4 Erfassung eines Nicknames und einer eMailadresse als Teilnahmevoraussetzung
- 4 Incentivierung der Teilnahme notwendig
- 4 Redakteure lesen und korrigieren täglich die Bewertungen
 - 4 Rechtschreibung und Grammatik
 - 4 anstößige Wortwahl und Gesamtinhalt
- 4 Negative Bewertungen gehen zur Nachverfolgung an den Einkauf und werden von diesem kommentiert
- 4 Kunde erhält Statusnachricht über Freischaltung, Nichtfreischaltung, Kommentierung seines Eintrags

Willkommen bei OTTO! Für persönliche Services melden Sie sich bitte an.

Foto & Camcorder

- Camcorder
- **Digitale Kameras**
- ▶ Zubehör
- Bilderservice

Marken-Shops

Spezial-Kataloge

Themen-Shops

Gemerkte Artikel:
[» zum Merkzettel](#)

Neu bei OTTO?
[» Vorteile entdecken](#)

[» Bestellnummern direkt eingeben](#)

Otto... find' ich gut.



Weitere Bilder

[Artikel- informationen](#) [Service- leistungen](#)

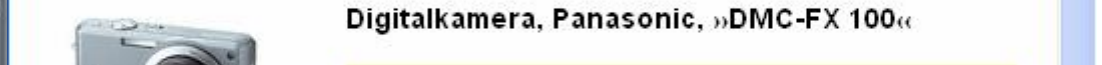
Digitalkamera, Panasonic, »DMC-

Bestell-Nr.: 24114979

- 12,2 [Megapixel](#)
- 3,6-fach optischer [Zoom](#)
- 4-fach digitaler [Zoom](#)
- 6,4-cm-LC-Display
- Optischer [Bildstabilisator](#)

Kunden-Bewertung

Neue Bewertung schreiben



Digitalkamera, Panasonic, »DMC-FX 100«

Aus allen auf otto.de eingegangenen Bewertungen (auch kritische) werden monatlich die 3 hilfreichsten mit einem Einkaufsgutschein über EUR 100,- belohnt. Bitte beachten Sie dabei unsere [Richtlinien](#).

- Gewinner im Juli:**
- Stephanie Becker aus Hassloch zu Epilierer, Braun, »Silk-épil Xelle Spa Edition 5185« (396381)
 - Silvia Worf aus Mainz zu Microfaser Bettwäsche (245749)
 - Steffen Krause aus dem Schwarzwald zu Kondensationstrockner, Blomberg, »TKF 1350/1350S« (802794)

Ihre Bewertung: ★★★★★ Bitte Sterne vergeben!

Überschrift für die Bewertung:

Ihre ausführliche Bewertung:
(Bitte beschreiben Sie in einigen kurzen Sätzen die Vor- und Nachteile des Artikels.)

Mit dem Absenden erkennen Sie unsere **Bedingungen** für Kundenbewertungen an. Abbrechen Absenden

Schon George B. Shaw wusste...

**“If you have an apple and I have an apple
and we exchange
apples then you and I will still each have
one apple.**

**But if you have an idea and I have an idea
and we exchange these ideas, then each
of us will have two ideas”**

... das denken auch Verantwortliche eines medizinisch-technischen Unternehmens ...

- 4 ... und bringen eine Ideen-Management in das Intranet,
- 4 ... auf Web2.0-Basis mit Blogs, TagClouds und einem Newsletter für alle Mitarbeiter, technikaffine Mediziner und sogar Patienten,
- 4 ... fördern damit ein Klima der kreativen Auseinandersetzung mit Ideen und Innovationen,
- 4 ... in welchem eine Idee inhaltlich von Vielen weiterentwickelt wird (Stichwort: Kollektive Intelligenz),
- 4 ... damit können Wirkungsbereiche erschlossen werden, an die der ursprüngliche Ideengeber gar nicht gedacht hatte
- 4 ... und informieren die Nutzer über alle Innovations-, Technologie- und Marktthemen, wie Events, News aus Wissenschaft und Forschung, Vergabe von Awards, etc.

... das denken auch Verantwortliche des Sportartikel-Händlers „SportScheck“ ...

- 4 ... und richten Chats ein, um Mitarbeiter laufend zu befragen, z.B. zu
 - 4 Bewertungen der Organisation und des Ablaufs von Mitarbeiter- und Kundenevents,
 - 4 Bewertung von Marketingaktionen in den Filialen,
- 4 ... führen regelmäßige Wissenstests unter den Mitarbeitern durch, um so Schulungspotentiale zu finden,

... das denken auch Verantwortliche eines Versicherungsunternehmens ...

- 4 ... und planen, nach einer Umorganisation von Verantwortlichkeiten Mitarbeitern einen Blog zur Verfügung zu stellen, in dem sich diejenigen, die früher die Hoheit über ein Themengebiet hatten, mit denen austauschen können, die jetzt dafür zuständig sind ...

Chancen / Risiken – wirklich abzuwägen!

Chancen	Risiko
Verlagerung von Tätigkeiten an Kunden, Lieferanten	u.U. Mehraufwand für Review von Blogs vor der Veröffentlichung
Zeitnahe, umfassende Informationen zu Projekten, Themengebieten, Produkten,...	Verzettelung der Mitarbeiter durch Bereitstellung weiterer, neuer Tools
Nutzung der Kollektiven Intelligenz. Weiterentwicklung einer Idee durch eine Community	Sicherheitsrisiko hinsichtlich der Veröffentlichung von Unternehmensgeheimnissen
Feedback zu Produkten, Leistungen, Angeboten als Potential für allfällige Verbesserungen	Zu lange Reaktionszeiten durch entgangene Kenntnisnahme
...	...

Guter Rat – wirklich nicht teuer...

- 4 Suchen Sie sich ein einfaches Einstiegsgebiet für eine Web2.0-Anwendung. Und starten Sie.
- 4 Bieten Sie Ihren Mitarbeitern Blogs, sozial Bookmarking etc. im bisher bekannten Look&Feel an.
- 4 Schaffen Sie keine neuen Wissenssilos. Stellen sie eine leistungsfähige übergreifende Suche – enterprise search - zur Verfügung.
- 4 Schaffen Sie Anreize, solcherlei Wissenssysteme zu nutzen. Sorgen Sie dafür, dass das Management Vorbild ist. Richten Sie beispielsweise temporäre Chat Rooms zu bestimmten Themen mit dem CEO ein.
- 4 Identifizieren Sie sensible Bereiche, z.B. geistiges Eigentum, und sorgen Sie für eine Abgrenzung

Drei letzte Tipps:

- 4 Überdenken Sie genau, in welchem Bereich, zu welchen Themen Sie Web2.0-Werkzeuge, wie Blogs anbieten **können**.
- 4 Überdenken Sie, in welchen Bereichen, zu welchen Themen Sie Web2.0-Werkzeuge, wie Blogs anbieten **müssen**.
- 4 Nutzen Sie unsere Erfahrungen, wenn Sie mit Web2.0 Potentiale erschließen **wollen**.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Gabriele Steg
Managing Director
Sales & Marketing

Hofer Straße 3
81737 München

gabriele.steg@edicos.de
Tel. 089/628339-10

www.edicos.de