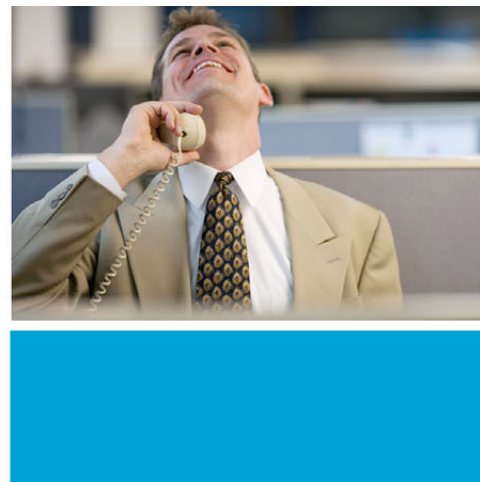
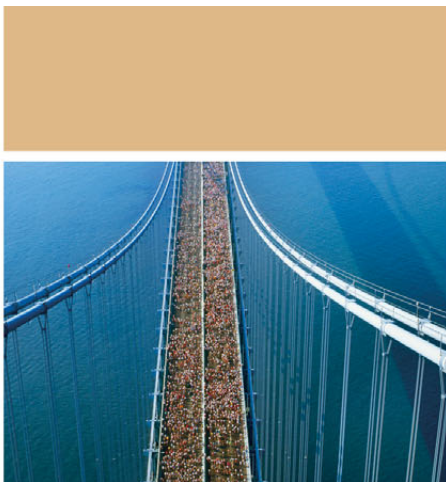


## Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität



# Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität



Ohne Zugang zu historischen Informationen wären Unternehmen heutzutage in ihrer Fähigkeit, sachkundige und angemessene Entscheidungen sogar in Bezug auf die grundlegendsten Aspekte ihres Unternehmens zu treffen, ernsthaft eingeschränkt. Die Herausforderungen, mit denen man beim Versuch Kenntnisse zu erlangen, festzuschreiben und zu vermitteln, konfrontiert wird, können entmutigend sein. Die Antwort vieler Organisationen und ihrer CIOs ist die Anwendung von Web 2.0 für Unternehmen. Darunter verstehen wir hier ein reiches soziales Umfeld, das sichere und integrierte Tools für die Zusammenarbeit bereitstellt und Mitarbeitern die Möglichkeit einräumt, das gesamte Wissen des erweiterten Unternehmens zu nutzen.

Jim, ein Vertriebsmitarbeiter, aktualisiert die CRM-Anwendung (customer relationship management, Kundenbeziehungsmanagement) mit den erfolgreichen Ergebnissen seiner jüngsten Konferenz. Der Kunde möchte rasch handeln und wöchentlich ein Angebot unterbreitet bekommen. Während Jim das Update ausführt, geschieht etwas Seltsames. Ein Fenster mit einer Liste von Mitarbeitern dieses Unternehmens öffnet sich, die Erfahrung im Umgang mit Kunden aus derselben Branche oder vergleichbare Produkt- und Dienstansprüche haben. Wenn er seine Maus über den Namen einer bestimmten Kollegin (bspw. Barb) zieht, wird eine Liste von zuvor erstellten Angeboten angezeigt, vergleichbar mit jener, die er selbst erstellen muss. Diese Liste enthält Dokumente, in denen Renditepläne beschrieben werden und Barbs Blogbeiträge zu erfolgreichen Strategien und Diensten für ähnliche Kunden. Jim klickt auf das Bild von Barb, um sie anzurufen, oder um ihr eine Sofortnachricht zu senden, falls sie online ist.

## ***Innovation ermöglichen***

Laut den CEOs weltweit stellt Innovation eine entscheidende Komponente des wandlungsfähigen Unternehmens von heute dar. Ein jüngste CEO-Studie von IBM ergab, dass Innovation - neben globaler Integration und einem störenden Geschäftsmodell - zu den herausragenden

Komponenten des Unternehmens der Zukunft zählt.<sup>1</sup> Was die konkrete Form angeht, in der Innovation stattfinden soll, setzen CEOs Kooperation und die Verwendung von Web 2.0-Tools an die Spitze ihrer Aufgabenliste.<sup>2</sup>

## ***Die vier Schlüssel zum Erfolg***

IBM hat vier Schlüssel für eine erfolgreiche und nachhaltige Web 2.0-Initiative für geschäftliches Wachstum ausgemacht.

### **1. Geschäfte haben Priorität**

Damit sie von den Personen, die sie verwenden, nutzbar gemacht werden können, müssen die Web 2.0-Tools der Organisationen eine Funktionsweise mitbringen, mit der Benutzer bereits vertraut sind und zwar in wahrscheinlich auftretenden Situationen.

### **2. Tools einbetten**

Mit der Strategie Web 2.0-Tools in vorhandene Anwendungen und Prozesse einzubetten, werden zwei wichtige Herausforderungen für soziale Netzwerkinitiativen in zahlreichen Organisationen gemeistert: die Überwindung von Widerstand und die Umsetzung messbarer Vorteile.

### 3. Fokus auf Rollen

Mithilfe von rollenbasierten- Tools können traditionelle organisatorische Barrieren innerhalb einer Abteilung geografisch überwunden werden, und es wird Benutzern uneingeschränkter Zugriff auf Wissens- und Informationsquellen gewährt, die ansonsten nicht so schnell entdeckt würden, wenn überhaupt.

### 4. Eine Kultur der Kooperation pflegen

Um Mitarbeiter zur Teilhabe an sozialen Netzwerken anzuregen, muss die Organisation zu bestimmten Hauptverhaltensweisen motivieren. Hierzu zählen u. a. die Vermittlung von Fachkenntnissen und die Wiederverwendung von vorhandenen Kapitalanlagen des Unternehmens.

## **Das Ergebnis: ein anpassungsfähigeres Unternehmen**

Im Folgenden werden die Merkmale von Unternehmen aufgeführt, die laut der IBM Global Human Capital Study 2008 sehr geeignet sind, „sich an veränderliche Geschäftsbedingungen anzupassen“:

- Fähigkeit, zukünftige Kenntnisse vorherzusagen
- Effektive Suche von Experten
- Effektive Kooperation.<sup>3</sup>

Wie bereits dargestellt wurde, kann eine umsichtige und geschäftsorientierte Web 2.0-Implementierung Organisationen dabei unterstützen, diese Merkmale der Anpassungsfähigkeit zu verwirklichen. Weitere Potentiale sind reduzierte -Produkteinführungszeit, die Förderung von erfolgreichem Wandel und verbesserte Betriebseffizienz.

## **Die Kapitalrendite von Web 2.0**

Basierend auf ausgedehnter Erfahrung im internen Bereich sowie beim Implementieren von Web 2.0-Strategien für Kunden hat IBM vier Dimensionen der Kapitalrendite von Web 2.0 dargelegt:

- Verbessertes Wachstum durch Innovation
- Schnellere Aufgabenabwicklung
- Verbesserte Effizienz
- Gesteigerte Vollmacht der Hauptressourcen.

Mit diesen Komponenten als Framework hat IBM ein so noch nie da gewesenes ROI-Modell bzw. Renditemodell (ROI, Return on Investment) für die Kooperation erstellt, das die Vorzüge von Web 2.0 aufzeigt, die sich aus der Interaktion von Rollen in der Organisation ergeben.

### **Weitere Informationen**

Wenn Sie eine vollständige Kopie White Paper „Web 2.0 @ work: So können CIOs Geschäftsumsätze durch Verbessern der Organisationseffektivität ankurbeln“ beziehen möchten, oder wenn Sie weitere Informationen zu Web 2.0, zur Web 2.0 Goes to Work-Initiative von IBM, zu IBM-Produkten und -Dienstleistungen für soziale Netzwerke benötigen, wenden Sie sich an Ihren IBM-Handelsvertreter oder an einen IBM Business Partner, oder besuchen Sie die folgende Website:

[ibm.com/cio/de/empower](http://ibm.com/cio/de/empower)

Darüber hinaus kann IBM Global Financing individuelle Finanzlösungen für Ihre speziellen IT-Anforderungen entwerfen. Weitere Informationen zu hohen Preisen, flexiblen Zahlungsplänen und Krediten sowie Rückkauf und Freisetzung von Kapitalanlagen finden Sie unter:

[ibm.com/financing](http://ibm.com/financing)



---

## Inhalt

---

- 4 Einleitung
- 5 Potential der Mitarbeiter vorteilhaft nutzen
- 6 CEO-Ziele unterstützen
- 6 Die Antwort liegt bei den Menschen
- 8 Die vier Schlüssel zum Implementierungserfolg
- 11 Das Ergebnis: ein anpassungsfähigeres Unternehmen
- 12 Die Kapitalrendite von Web 2.0
- 14 IBM kann helfen
- 15 Weitere Informationen

## Einleitung

Dienstag Mittag aktualisiert Jim, ein Vertriebsmitarbeiter in Kalifornien, die CRM-Anwendung (Customer Relationship Management) mit den erfolgreichen Ergebnissen seiner jüngsten Konferenz. Der Kunde möchte rasch handeln und wöchentlich ein Angebot für eine Reihe von Produkten und Diensten unterbreitet bekommen.

Während Jim das Update ausführt, geschieht etwas Seltsames. Ein Fenster wird geöffnet, in dem eine Liste der Mitarbeiter seines Unternehmens angezeigt wird. Einige davon kennt er, andere wiederum nicht. In diesem Fenster wird angegeben, dass diese Personen Erfahrung haben und laufende Beziehungen zu Kunden pflegen, die zur selben Branche gehören und ähnliche Produkt- und Dienstanforderungen haben wie der neue Kunde von Jim.

Wenn er seine Maus über den Namen einer bestimmten Kollegin (bspw. Barbara) zieht, wird eine Liste von zuvor erstellten Angeboten angezeigt, vergleichbar mit jener, die er selbst erstellen muss. Diese Liste enthält Dokumente, in denen Renditepläne beschrieben werden und Barbaras Blogbeiträge zu erfolgreichen Strategien und Diensten für ähnliche Kunden. Jim klickt auf das Bild von Barbara, um sie anzurufen, oder um ihr eine Sofortnachricht zu senden, falls sie online ist. Falls Jim Barbara nicht kennt und eine Vorstellung wünscht, kann er auf das spezielle Symbol klicken, um Mitglieder seines persönlichen Netzwerks und deren Beziehungen zu Barbara anzuzeigen.

Dieses Szenario ist real. Wirklich bemerkenswert ist dabei die Mühelosigkeit. Da die wichtigen Links zu Personen, ihren Qualifikationen, Schriften und Beziehungen in der Anwendung *eingebettet* sind, mit der Jim bereits arbeitet, muss er noch nicht einmal mit seiner Maus klicken, um alle erforderlichen Informationen, die zur erfolgreichen Nutzung bereitstehen, darzustellen.

---

*Web 2.0 – für Unternehmen angepasst – kann eine umfassende Lösung für soziale Netzwerke antreiben und es damit Organisationen erleichtern, Innovationen einzuführen und Erfolg zu garantieren.*

---

### **Potential der Mitarbeiter vorteilhaft nutzen**

Ohne Zugang zu historischen Informationen wären Unternehmen heutzutage in ihrer Fähigkeit, sachkundige und angemessene Entscheidungen sogar in Bezug auf die grundlegendsten Aspekte ihres Unternehmens zu treffen, ernsthaft eingeschränkt. Da dieses historische Wissen an vielen Orten, von zahlreichen Personen, sowohl in schriftlicher Form als auch auf Erfahrung aufbewahrt wird, sind die Herausforderungen, mit denen man beim Versuch, dieses Wissen zu erfassen, festzuschreiben und zu vermitteln, u. U. entmutigend.

Organisationen benötigen ein Modul zur sozialen Kooperation, mit dem Mitarbeiter, Partner und Kunden sich identifizieren und über das sie Verbindungen eingehen können. Auf diese Weise kann die Erfahrung und das Wissen des Unternehmens am besten genutzt werden. Dieses Modul zur Kooperation sollte sich an die individuelle Arbeitsweise von Benutzern anpassen können, über die herkömmlichen Geschäftstools der Benutzer zugänglich sein und auf die unterschiedlichsten Quellen zugreifen können (z. B. globale Kundenkontolisten oder die Verkaufserfahrung eines einzelnen Mitarbeiters).

Web 2.0 ist für viele Organisationen und deren CIOs die Antwort. Insbesondere von Unternehmen angewendetes Web 2.0, worunter man ein reiches soziales Umfeld versteht, das sichere und integrierte Werkzeuge für die Zusammenarbeit bereitstellt und Mitarbeitern die Möglichkeit einräumt, das gesamte Wissen des erweiterten Unternehmens zu nutzen.



### ***CEO-Ziele unterstützen***

Laut den CEOs weltweit stellt Innovation eine entscheidende Komponente des wandlungsfähigen Unternehmens von heute dar. Tatsächlich ergab eine CEO-Studie von IBM, dass Innovation - neben dem „Ideenreichtum von Kunden“, globaler Integration und einem fortschrittlichen Geschäftsmodell - zu den herausragenden Komponenten des Unternehmens der Zukunft zählt.<sup>4</sup> Was die konkrete Form angeht, in der Innovation stattfinden soll, setzen CEOs Kooperation und die Verwendung von Web 2.0-Tools an die Spitze der Aufgabenliste.<sup>5</sup>

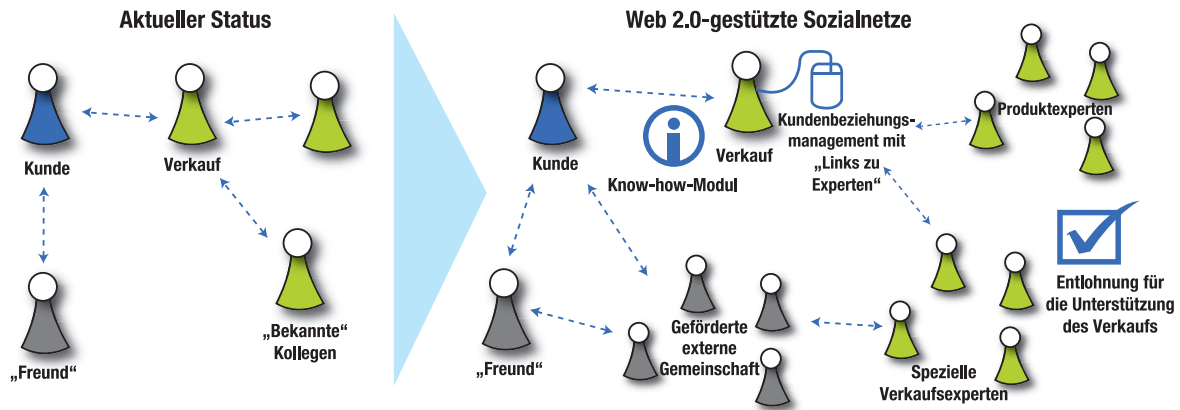
Das sind für CIOs gute Nachrichten. Kein Mitglied auf Geschäftsführerebene ist in einer besseren Position, um die Kooperationsbemühungen seiner Organisation zu beeinflussen oder zu fördern. Das Büro des CIO vereint eine einzigartige Kombination aus Fachkenntnis, Erfahrung und technologischen Werkzeugen, die perfekt geeignet sind, den Typ Kooperation und Interaktion zu unterstützen, der Innovation und Wirksamkeit nach sich zieht, mit der man nachhaltige Wettbewerbsvorteile für das Unternehmen als Ganzes erzeugen kann.

### ***Die Antwort liegt bei den Menschen***

Die meisten Organisationen weisen bereits die wichtigsten Faktoren ihres eigenen Erfolgs auf: ihre Mitarbeiter. Mitarbeiter, Zulieferer und sogar Kunden im gesamten Einflussbereich der Organisation sind willens, die Innovationen und das Wachstum der Organisationen zu unterstützen. In zahlreichen Fällen mangelt es da am Framework, in dem diese Mitarbeiter wirken können.

Web 2.0 ist ein solches Framework. Mit seinen Tools und Methoden zur Interaktion, Kooperation und zum Erstellen von sozialen Netzwerken, unterstützen soziale Netzwerke die Bildung einer Umgebung, die Innovationen und Wirksamkeit ankurbeln. Durch soziale Netzwerke lassen sich Barrieren innerhalb eines Unternehmens und geografische Schranken überwinden, indem traditionelle Schwerpunkte wie Geschäftsprozesse und Wechseln in bisher ungenutzte Bereiche verschoben werden zu Interaktionen und Beziehungen zwischen Mitarbeitern.

## Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität



Was sich im Rahmen der Interaktionen und Beziehungen zwischen den Mitarbeitern einer Organisation abspielt, bietet eine einmalige Gelegenheit, Vorsprünge zu erzielen und Erfolge einzufahren. Dies ist die Gelegenheit, die von einer guten Web 2.0-Initiative ergriffen wird.

Was benötigt wird, ist jedoch nicht Web 2.0 in irgendeiner Form. Wie einige Organisationen bereits feststellen können, sind YouTube-Implementierungen für Maklerunternehmen, Fluggesellschaften, Regierungsbehörden oder Hersteller von geringem Wert. Um das volle Potential ausschöpfen zu können, sind geschäftsorientierte Web 2.0-Initiativen erforderlich. Diese als soziale Netzwerke bezeichneten Initiativen erzeugen und verteilen strategische, sichere und wiederverwendbare Tools, die dem Benutzer Echtzeit-Zugriff auf wichtige, vertrauenswürdige Informationen, Anwendungen und Mitarbeiter bereitstellen, die basierend auf der Rolle, Fachkenntnis und Prioritäten vorgestellt werden. Wenn der Zugriff auf die richtigen Leute und auf die richtigen Informationen beschleunigt und die Informationsbelastung reduziert wird, können Benutzer produktiver, kreativer und innovativer werden.

Weitere gute Nachrichten: von generischen, webbasierten Diensten (wie bspw. Suchmaschinen und Sofortnachrichten) abgesehen, nutzt derzeit gerade mal einer von vier Mitarbeitern die Vorteile von Web 2.0-Tools.<sup>6</sup> Das macht Web 2.0 zu einer -großen Gelegenheit für CIOs, die auf der Suche nach messbar positiven Unterschieden für ihr Unternehmen und dessen Unternehmensziele sind. Aufgrund des technologischen Potentials eine Kombination aus Innovation und Effizienz zu liefern, die angesichts der heute weltumspannenden Wirtschaft schwer zu erreichen ist, findet sich Web 2.0 derzeit auch auf der Liste von Geschäftsführern und Geschäftsführern wieder. Diese Geschäftsleute sind bereit, mehr Geld für Web 2.0-Initiativen auszugeben, während sie sich bemühen, die Kosten in anderen Bereichen zu senken. Ferner unterstützen sie bereitwillig Bemühungen, die Verwendung von Web 2.0 in der gesamten Organisation auszubreiten.

## Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität



Den aufgeführten Faktoren wäre noch die den Web 2.0-Tools anhaftende Beliebtheit bei Menschen, die sie verwenden werden, hinzuzufügen. Das lässt sich durch den kometenhaften Anstieg von Implementierungen wie YouTube beweisen. Ebenfalls großer Popularität erfreuen sich soziale Netzwerktools, die Elemente wie Unternehmensinhaltsmanagement, Module zur Identifikation von Fachkenntnissen und sozialer Netzwerkanalyse umfassen. Es leuchtet ein, weshalb soziale Netzwerke für viele der heutigen Unternehmen eine wahre Gelegenheit zum Durchstarten darstellt.

### ***Die vier Schlüssel zum Implementierungserfolg***

Eine unlängst in *The McKinsey Quarterly* veröffentlichte Umfrage ergab, dass eine sorgfältige und effektive Implementierung für eine erfolgreiche Web 2.0-Initiative ausschlaggebend ist. Organisationen mit einem umfassenden Plan für die geschäftsorientierte Verwendung von Web 2.0-Tools werden viel eher mit diesen Tools zufrieden sein und sie auch weiterhin verwenden, als Organisationen, die ohne Plan vorgehen.<sup>7</sup>

Basierend auf reicher Erfahrung mit Web 2.0-Tools, -Plänen und -Strategien, sowohl intern als auch im Umgang mit Kunden, hat IBM vier Schlüssel für eine erfolgreiche und nachhaltige soziale Netzwerkinitiative für Geschäftswachstum entdeckt.

#### **1. Geschäfte haben Priorität**

Es reicht nicht aus, in einem Unternehmensumfeld Tools vom Typ Facebook zur Verfügung zu stellen. Die Auswahl und Anpassung des Web 2.0-Tools für die Implementierung einer Organisation ist wahrscheinlich der wichtigste Einzelschritt, den eine IT-Führungskraft ausführen kann, um den Erfolg der Initiative sicherzustellen.



---

*Damit alle Vorzüge einer Web 2.0-Implementierung verwirklicht werden können, müssen CIOs mit Vertretern der verschiedenen Geschäftsbereiche in der ganzen Organisation arbeiten.*

---

Damit sie von den Personen, die sie verwenden, nutzbar gemacht werden können, müssen die Web 2.0-Tools der Organisationen eine Funktionsweise mitbringen, mit der Benutzer bereits vertraut sind und zwar in wahrscheinlich auftretenden Situationen. Personalsachbearbeiter, die bspw. freie Stellen besetzen möchten, würden es als besonders hilfreich begrüßen, wenn die interne Profildatenbank der Organisation automatisch geladen, gesucht und angezeigt werden könnte, sobald sie die Parameter für die offene Position in ihre herkömmliche Software eingeben. Auf diese Weise kann die Organisation Talente intern suchen und deren Vorteile nutzen, ohne zusätzliche Kosten in Kauf nehmen zu müssen.

Um diese enge Integration von Tools und Konstellationen zu erreichen, gehen CIOs oftmals Partnerschaften mit wichtigen Geschäftsbereichen und Hauptfunktionsbereichen ein. Dadurch entwickeln sie ein Verständnis für Rollen und entsprechende Prozesse, die den größten Nutzen aus sozialen Netzwerken ziehen.

## **2. Tools einbetten**

Einen weiteren Schlüssel zum Erfolg ist die Integration von Web 2.0-Tools der Organisation in die täglichen Arbeitsprozesse und -anwendungen. Jim aus dem Beispiel am Anfang dieses Artikels musste nicht nach Dokumenten oder Personen suchen bzw. ein Sofortnachrichtenfenster öffnen. Er musste keine zusätzliche Anwendung manuell starten. All diese Schritte wurden im Rahmen seiner Handlungen und der bereits verwendeten Anwendungen automatisiert.

Mit der Strategie Web 2.0-Tools in vorhandene Anwendungen und Prozesse einzubetten, werden zwei wichtige Herausforderungen für soziale Netzwerkinitiativen in zahlreichen Organisationen gemeistert: die Überwindung von Widerstand und die Umsetzung messbarer Vorteile.

Während Mitarbeiter derzeit Web 2.0-Tools wie Facebook in einem privaten Kontext verwenden, verstehen viele das Geschäftspotential dieser Technologie nicht. Die Technologie gilt oft als etwas, „womit sich die jungen Leute abgeben“, oder etwas, das zu viel Lernaufwand erfordert. Durch Einbetten der sozialen Netzwerke in die Anwendungen und Prozesse des Tagesgeschäfts, können CIOs es Mitarbeitern erlauben, Web 2.0-Tools einzusetzen, ohne eine entsprechende,

## Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität



bewusste Entscheidung zu treffen. Jim aus unserem Beispiel musste keine Entscheidung treffen, um nach RFPs oder Personalprofilen zu suchen. Diese Aufgabe wurde ihm abgenommen, indem Tools und die resultierenden Vorteilen geradezu daran gehindert wurden, nicht angewendet bzw. nicht umgesetzt zu werden.

### 3. Fokus auf Rollen

Bis vor kurzem agierten die meisten Organisationen prozessorientiert. Sie richteten ihre internen Verbesserungsbemühungen auf die Neugestaltung- von Geschäftsprozessen, um die Effizienz zu steigern und Kosten zu senken.

Mit der zunehmenden Konsolidierung von Kernprozessen sucht der Geschäftsführer nach immer neuen Ansätzen, mit denen die Effizienz und Innovation vorangetrieben werden können.

Eine Betonung auf Rollen könnte der neue Ansatz sein, nach dem Geschäftsführer suchen. Mithilfe von rollenbasierten- Werkzeugen können traditionelle organisatorische Barrieren innerhalb einer Abteilung geografisch überwunden werden, und es wird Benutzern uneingeschränkter Zugriff auf Wissens- und Informationsquellen gewährt, die ansonsten nicht so schnell entdeckt würden, wenn überhaupt, wenn man traditionelle Unternehmensprozesse verwendet. Rollen-basierte Tools, wie z. B. Verbindungen zum Betreiben von sozialen Netzwerken und Innovationen werden daher vom Management eher unterstützt und finanziert. Außerdem ist es wahrscheinlicher, dass sie Mitarbeitern neue Möglichkeiten zur Verfügung stellen, Aufgaben effizienter abzuwickeln.

### 4. Eine Kultur der Kooperation pflegen

Wenn ein Unternehmen die Art und Weise ändern möchte, auf die seine Mitarbeiter interagieren, muss die Organisation dieses neue Verhalten unterstützen. Wenn eine Organisation von ihren Mitarbeitern bspw. erwartet, dass sie als „Go-to-People“ für Informationen und Erfahrung mit einem bestimmten Kunden, Prozess oder Dokument dienen, und sie dadurch von herkömmlichen Prozessen und Rollen Zeit einsparen, dann muss die Organisation ihre Mitarbeiter dafür honorieren.

---

*Die potentiellen Vorzüge einer Web 2.0-Initiative umfassen effektivere Kooperation, reduzierte Markteinführungszeit und verbesserte Betriebseffizienz.*

---

Bei der Zusammenarbeit mit Geschäftsbereichen und Humankapital können CIOs Analyse des Organisationsnetzwerks und andere Techniken einsetzen, um die Mitarbeiter zu identifizieren, die als „Drehscheibe“ für Informationen und Kenntnisse und als „early Adopter“ der sozialen Netzwerktools dienen. Eine Anstrengung des Änderungsmanagements kann unternommen werden, um die neuen Tools in den Rest der Organisation einzuführen und ihre Anwendung zu fördern.

Die entscheidenden Verhaltensweisen, die gefördert werden sollten, umfassen Kenntnisse, Wissen und die Wiederverwendung von vorhandenen Unternehmensanlagen wie bspw. Angebotsvorlagen, Kundenpräsentationen und sonstiges Marketing- und Verkaufsmaterial. Diese Verhaltensweise im Rahmen eines sozialen Netzwerks zu fördern, kann recht mühelos durchgeführt werden, da die Tools (z. B. Tagging, Suchmaschinen und Bewertungssystem) selbst integrierte Nutzungsverfolgung bieten.

### ***Das Ergebnis: ein anpassungsfähigeres Unternehmen***

Im Folgenden werden die Merkmale von Unternehmen aufgeführt, die laut der IBM Global Human Capital Study 2008 sehr geeignet sind, „sich an veränderliche Geschäftsbedingungen anzupassen“:

- Fähigkeit, zukünftige Kenntnisse vorherzusagen
- Effektives Finden von Experten
- Effektive Kooperation.<sup>8</sup>

Wie im White Paper dargestellt wird, kann eine umsichtige und geschäftsorientierte Web 2.0-Implementierung Organisationen dabei unterstützen, diese Merkmale der Anpassungsfähigkeit zu verwirklichen. Weitere unternehmensweite Vorteile sind reduzierte -Produkteinführungszeit, Förderung erfolgreichen Wandels durch die automatische Verbreitung von Wissen, Erfahrung und Fähigkeiten und die verbesserte Betriebseffizienz, die einhergeht mit der vollen Nutzung des Humankapitals der Organisation im Rahmen einer Geschäftsanwendung oder eines Geschäftsprozesses.

## Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität



Die unternehmensweiten Vorzüge können sich auch auf die Beziehungen der Organisation mit ihren Kunden erstrecken. Über externe Blogs und benutzergenerierte Inhaltssites wird heute im Web über fast jedes Unternehmen gesprochen. Dank einer erfolgreichen Implementierung sozialer Netzwerke kann eine Organisation den „Web-Talk“ ausnutzen, um vertrauenswürdige Informationsquellen über ein Unternehmen, dessen Produkte und Dienste von Dritten zur Verfügung zu stellen und Markenvertrauen und Verkäufe fördern, womit eine neue Quelle der Kundeninteraktion erschlossen wird und ein nachhaltiger Aspekt wettbewerbsfähiger Marktpositionierung erzeugt wird.

Daraus können auch einzelne Mitarbeiter Vorteile schöpfen. Die Moral und der Bewahrungspreis können ansteigen, wenn Benutzer ihre Zeit genießen und dabei ihre Produktivität steigern. Das Lerntempo wird schneller, wenn Benutzer mühelos zu Ideen kommen und mit Experten im ganzen Unternehmen und seiner erweiterten Wertkette austauschen. Fehler können verhindert, doppelte Aufgaben kombiniert, Arbeitsqualität verbessert und neue Möglichkeiten für professionelles Wachstum erschlossen werden.

### **Die Kapitalrendite von Web 2.0**

Die jüngste Web 2.0-Umfrage, die in *The McKinsey Quarterly* veröffentlicht wurde, zeigt an, dass eines der größten Hindernisse für die Anwendung von Web 2.0 durch Unternehmen im Unvermögen des Managements besteht, das Potential finanzieller Gewinne zu erfassen.<sup>9</sup> Anders gesagt: CIOs werden Geschäftsführern und Fachbereichsleitern ein Geschäftsszenario vorweisen, das sowohl soziale Netzwerke im Kontext der Geschäftsziele und Ziele eines Unternehmens ansetzt als auch eine Erörterung des ROI umfasst.

## Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität

Basierend auf ausgedehnter Erfahrung im internen Bereich sowie beim Implementieren von Web 2.0-Strategien für Kunden hat IBM vier Dimensionen der ROI von Web 2.0 dargelegt:

Verbessertes Wachstum durch Innovation	Bedeutet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schnelle Reaktion auf kundenbezogene Probleme</li> <li>• Verbesserte Effektivität unternehmensinterner Kommunikation und Kommunikation unter den Unternehmen</li> <li>• Natürliche „Ökonomie“ beim Auffinden und Auswerten von Ideen.</li> </ul>
Schnellere Aufgabenabwicklung	Bedeutet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die geeignete Person für eine bestimmte Arbeit ermitteln</li> <li>• Schnellerer Zugriff auf bewährte Praktiken im Kontext einer bestimmten Aktivität</li> <li>• Fähigkeit, Informationen beim Lösen von Problemen weiterzuleiten und gemeinsam zu nutzen</li> </ul>
Verbesserte Effizienz	Bedeutet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduzierte Kosten für die Beschaffung von Kenntnissen, die innerhalb des Unternehmens bereits verfügbar sind</li> <li>• Reduzierte Nachbearbeitung überschneidender Projekte</li> <li>• Verbesserte Compliance durch die Verwendung eines integrierten Sets von Tools im Gegensatz zu unterschiedlichen Webanwendungen.</li> </ul>
Erhöhte Bevollmächtigung der Hauptressourcen	Bedeutet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bessere Nutzung der wichtigsten Experten in der ganzen Organisation</li> <li>• Verbesserte Bewahrung jüngerer Mitarbeiter</li> <li>• Schnellere Entwicklung hochwertiger Ressourcen.</li> </ul>

## Web 2.0 @ work: So fördern Chief Information Officer (CIOs) Gewinne durch Verbesserung der Organisationseffektivität



Mit diesen Komponenten als Framework hat IBM das erste ROI Modell für Kooperationen dieser Art entworfen. Dieses Modell zeigt die Vorzüge von Web 2.0, die sich aus den Interaktionen von Rollen in der Organisation ergeben - das auf Kooperation ausgerichtete Pendant zum Prozessmodell für ROI. Durch ihre Sichtbarkeit, Wiederholbarkeit und Messbarkeit erzielen diese Muster der Rolleninteraktion eine höhere Effizienz.

### ***IBM kann helfen***

Die Entwicklung einer durchdachten, gründlichen und sicheren Web 2.0-Implementierung für das Unternehmen stellt keine einfache Aufgabe dar. In Verbindung mit technischen Kenntnissen müssen CIOs von einer Web 2.0-Einführung und den kulturellen Implikationen der Kooperation bis zu einem ausführlichen Geschäftsszenario alles einplanen, um die Genehmigung vom zuständigen Geschäftsführer zu erhalten. CIOs, die das wünschen, können sich auf die bedeutende Erfahrung von IBM und auf die speziellen Vorzüge (ROI) stützen.

IBM hat als erstes eine geschäftsorientierte Plattform für computergestützte soziale Netzwerke entwickelt und herausgegeben - IBM Lotus Connections. Das Release von Lotus Connections (2.0), das aus der Erfahrung bei der Entwicklung und Anwendung von Web 2.0-Tools schöpft, das zuerst für die eigenen Mitarbeiter von IBM und danach für Kunden in einer Vielzahl von Branchen entwickelt wurde, wurde diese Anwendung bei der Enterprise 2.0 Conference 2008 als beste Plattform bewertet.<sup>10</sup> IBM Lotus Atlas und Quick können jetzt ausgedehnte soziale Netzwerkfunktionen zur Verfügung stellen.

IBM hat darüber hinaus die spezielle Initiative mit der Bezeichnung „Web 2.0 Goes to Work“ in die Wege geleitet. Diese Initiative wurde eigens in die Wege geleitet, um Organisationen dabei zu unterstützen, Web 2.0 für Unternehmen auf sichere und zuverlässige Weise nutzbar zu machen, bspw. durch den Zugriff auf Informationen, aufwendige browsergestützte Anwendungen, Software für soziale Netzwerke und Kooperation.

Ferner stehen spezielle IBM-Anwendungen zur Verfügung, die ihren Fokus auf Quickr-Einstufung, Piloten, Kapitalrendite und soziale Netzwerkimplementierungen im -großen Stil zur Verfügung.

### ***Weitere Informationen***

Weitere Informationen zu Web 2.0, zur IBM-Initiative Web 2.0 Goes to Work oder zu IBM-Produkten und Dienste für soziale Netzwerke erhalten Sie von Ihrem IBM-Handelsvertreter oder von Ihrem IBM Business Partner, oder Sie besuchen die folgende Website: [ibm.com/cio/de/empower](http://ibm.com/cio/de/empower)

Darüber hinaus kann IBM Global Financing individuelle Finanzlösungen für Ihre speziellen IT-Anforderungen entwerfen. Weitere Informationen zu hohen Preisen, flexiblen Zahlungsplänen und Krediten sowie Rückkauf und Freisetzung von Kapitalanlagen finden Sie unter: [ibm.com/financing/de](http://ibm.com/financing/de)



IBM Deutschland GmbH  
70548 Stuttgart  
**ibm.com/de**

IBM Österreich  
Obere Donaustraße 95  
1020 Wien  
**ibm.com/at**

IBM Schweiz  
Vulkanstrasse 106  
8010 Zürich  
**ibm.com/ch**

Die IBM-Homepage finden Sie unter **ibm.com**

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Marken-, Produkt- und Servicebezeichnungen anderer Unternehmen/Hersteller werden anerkannt.

<sup>1, 2, 4, 5</sup> IBM Global CEO Study 2008, [www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/ceostudy2008.html](http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/ceostudy2008.html).

<sup>3, 8</sup> IBM Global Human Capital Study 2008, [www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/2008ghcs.html](http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/2008ghcs.html).

<sup>6, 7, 9</sup> *Erstellen von Web 2.0 Enterprise: Globale McKinsey-Umfrageergebnisse*, The McKinsey Quarterly, Juli 2008.

<sup>10</sup> „IBM ging insgesamt als klarer Sieger hervor.“ Zusammenhang der Enterprise 2.0 Boston-Konferenz, [www-01.ibm.com/software/lotus/events/enterprise20/](http://www-01.ibm.com/software/lotus/events/enterprise20/).

© Copyright IBM Corporation 2009  
Alle Rechte vorbehalten.

