

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Der Umbruch zum Social Business Unternehmen</b>	1
1.1	Fortlaufende Differenzierung als Wettbewerbsvorteil – nur wie?	1
1.2	Auch das Arbeiten verändert sich	2
1.3	Prozesse partizipativ neu gestalten	4
1.4	Social Collaboration IT-Lösungen zur Optimierung der Kommunikation	7
1.5	Von der Informations- zur Resonanzgesellschaft	8
<b>2</b>	<b>Die sich ändernden Rahmenbedingungen</b>	11
2.1	Das Phänomen der sich umdrehenden Alterspyramide	11
2.2	Der Kampf um die Besten	15
2.3	Die fortschreitende Globalisierung	17
2.4	Die Konsumierung der Informationstechnologie	20
2.5	Die Digitalisierung der Welt führt zu neuen Geschäftsmodellen	21
<b>3</b>	<b>Die Rolle der Politik beim Einstieg in die Resonanzgesellschaft</b>	25
3.1	Medienkompetenz fördern	25
3.2	Ausbildungsförderung	29
3.3	Forschungsförderung	34
3.4	Mittelstandsförderung	35
<b>4</b>	<b>Social Media Services</b>	37
4.1	Die typische Nutzung der Social Media Services	38
4.1.1	Blog oder Weblog	38
4.1.2	Wiki	39
4.1.3	Social Bookmarking / Bookmark Sharing (oder Leseempfehlungen)	40
4.1.4	(Diskussions-) Foren	41
4.1.5	Social File Sharing / Dokumentenmanagement	41
4.1.6	Microblogging („twittern“)	42
4.1.7	Communitys oder Netzwerke	43
4.2	Den Service aus der Cloud beziehen – oder doch nicht?	44
<b>5</b>	<b>„The social me“ – das persönliche Resonanz-Management</b>	47
5.1	Die Erfolgsfaktoren der eigenen Arbeit	48
5.2	Was bin ich?	50
5.3	Die Checkliste zum persönlichen Wissensarbeitsmanagement	53
5.4	Aufbau und Pflege von persönlichen Netzwerken	55
5.5	Die Reputation steigern	56

---

5.6 „Wer auf der Sonnenseite bleiben will, muss mit der Sonne wandern.“ .....	58
5.7 Soziale Medien richtig nutzen .....	61
6 „The social us“ – Arbeiten im Team .....	63
6.1 Das Erfolgsprinzip der Kaffee-Ecke .....	63
6.2 E-Mail – Schnee von gestern? .....	64
6.3 Effizienz-steigernde Veränderungen in der Teamkommunikation .....	66
6.3.1 Zusammenarbeit über Dokumente .....	66
6.3.2 Partizipative Zusammenarbeit in Communitys .....	68
6.3.3 Der Alltag in mehreren Communitys .....	69
6.4 Negative Auswüchse von Netzwerken vermeiden .....	70
7 „Social Processes“ – Prozesse neu gestalten .....	71
7.1 Bisherige Versuche der Optimierung .....	71
7.2 Agilität – vom engen Wasserfall zur breiten Welle .....	74
7.3 Prozessnahe Zusammenarbeit intelligent optimieren .....	78
7.4 Die notwendige Prozessanalyse .....	80
7.5 IT-Unterstützung für Social Commerce .....	82
7.6 Open Innovation oder Social Innovation? .....	84
7.7 Die zunehmende Wichtigkeit von Social Analytics .....	87
7.7.1 Empfehlungen erhalten .....	88
7.7.2 Informationsströme sinnvoll filtern .....	90
7.7.3 Human Capital Analytics .....	90
8 „Social Leadership“ – Führen im Social Business Unternehmen .....	91
8.1 Die Prinzipien moderner Führung .....	91
8.2 Mit dem Modell ‚Fußball‘ zur leistungsorientierten Organisation .....	94
8.2.1 Die Rolle des Trainers / Managers .....	95
8.2.2 Was Manager von Trainern lernen können .....	98
8.2.3 Gibt es ‚Das Erfolgsrezept‘? .....	99
8.2.4 Prozessüberarbeitung: Die neu erfundene Nationalmannschaft .....	100
8.3 Leadership im Social Business .....	101
9 Aller Anfang ist leicht – eine Einführungsstrategie für Social Business .....	105
9.1 Wie beginnen? .....	106
9.1.1 Erfolgversprechende Leadership-Strategien .....	107
9.2 Das Cynefin Sense Making Modell .....	108
9.3 Das 3-D KM Modell .....	114
9.3.1 Die dritte Dimension: Informationstechnologie .....	115
9.3.2 Die zweite Dimension: Prozesse .....	118
9.3.3 Die erste Dimension: Organisation und Kultur .....	121
9.4 Die konkreten Schritte der Einführung .....	122

9.4.1	Das Vorgehensmodell .....	123
9.4.2	Das Programmmanagement in der Anlaufphase .....	123
9.4.3	Auswahl der Pilotgruppen .....	126
9.4.4	Installation der Social Software .....	128
9.4.5	Erfolgsmessungen .....	130
9.4.6	Das Change Management .....	132
9.4.7	Governance: Regeln und Leitlinien .....	136
9.4.8	Das Qualifizierungs-/Schulungskonzept .....	138
9.4.9	Der Betriebsbeginn .....	139
9.4.10	Zeitraster der Einführung .....	140
9.4.11	Center of Excellence als fortlaufende Unterstützungsfunction .....	140
<b>10</b>	<b>Synapsis .....</b>	<b>143</b>
	Einige Worte zum Schluss .....	144
<b>Literatur .....</b>		<b>145</b>
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>		<b>149</b>