Technische Universität Braunschweig

INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSINFORMATIK
ABTEILUNG INFORMATIONSMANAGEMENT

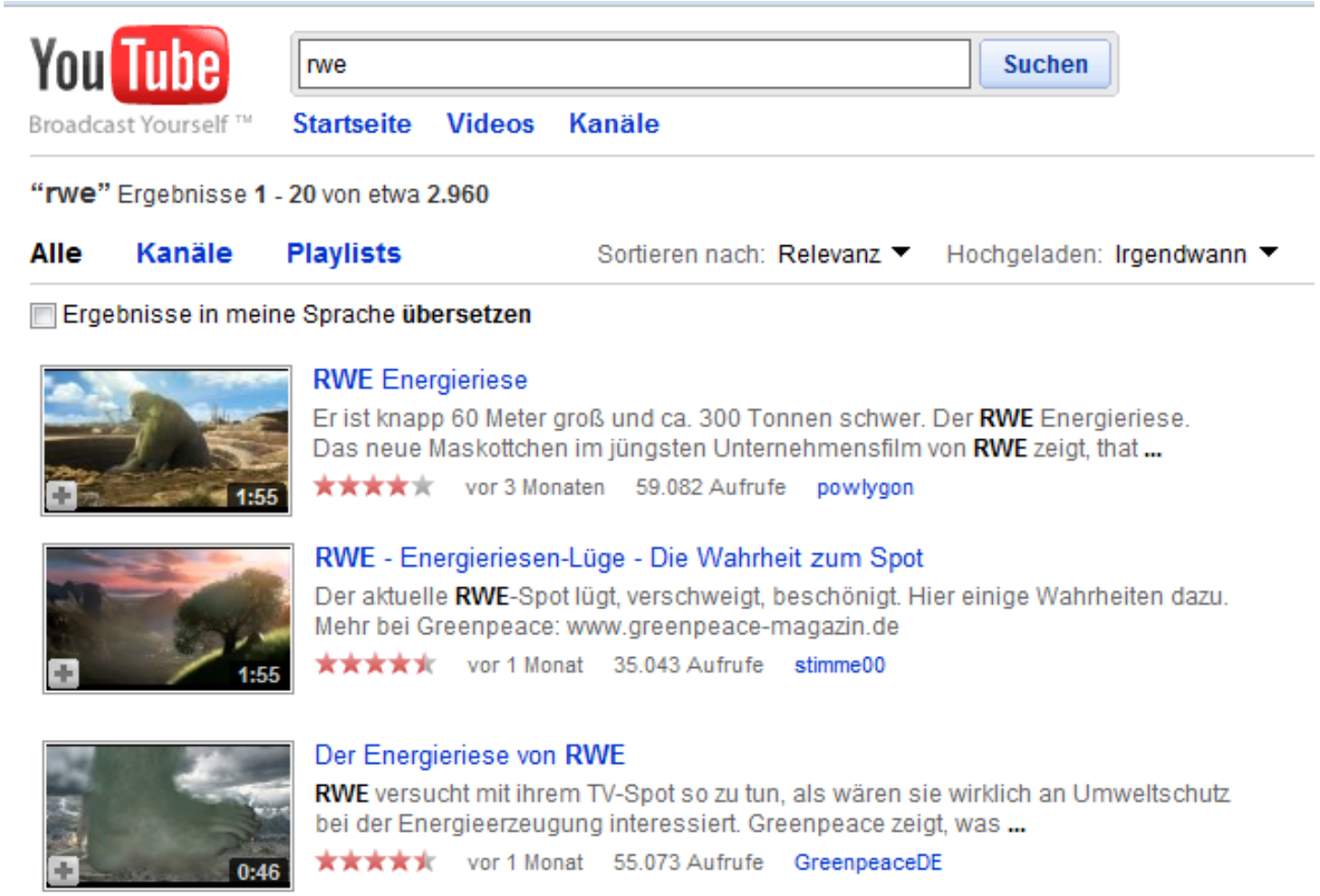
Social Media – ungeahnte Chancen oder … ?

Susanne Robra-Bissantz

Elektronische Kommunikation früher

Marketing?

RWE



Kommunikation heute

GREEN PEACE

Hm …

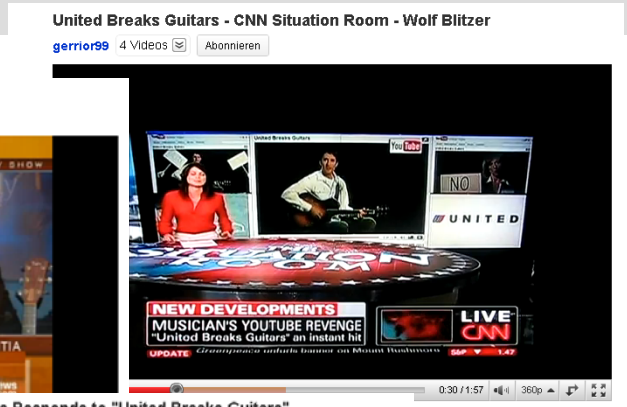
Was wir von der Gesellschaft und ihrer Welt wissen, wissen wir fast ausschließlich durch die Massenmedien [Luhmann 1996]

Was ich über die Welt und aktuelle Entwicklungen weiß, weiß ich im Wesentlichen über meine Freunde und Netzwerke [unbekannter Facebook-User 2011]

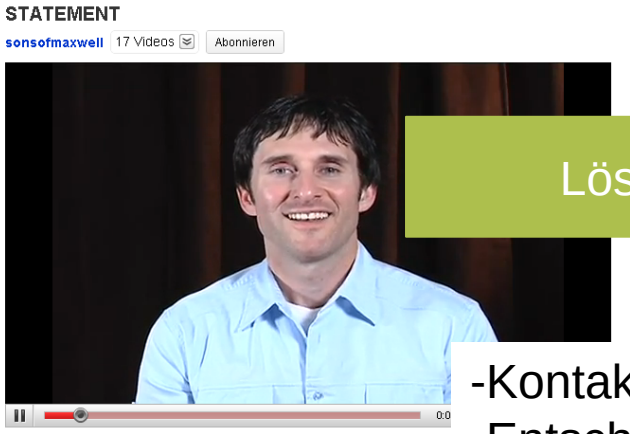
Diskussionen in sozialen Medien

United breaks guitars

Problem



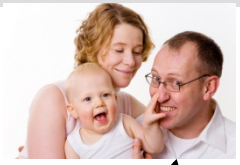
Öffentlichkeit



Lösung

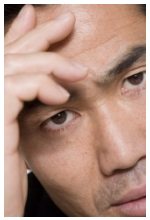
-Kontaktaufnahme
-Entschädigung
-Song in Mitarbeiter-Schulung

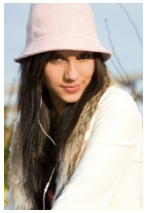
Kommunikation im Web 2.0



Internet: Web 2.0
Soziale Medien

Multimediale, interaktive Kommunikation für alle
Kommunikation/Vernetzung zwischen Menschen
Intuitive Bedienung von überall





Charakteristika Sozialer Medien

Vernetzung

Profil
.....
.....

Freunde
Gruppen

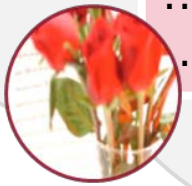
Neues von Freunden,
Gruppen - Aktuelles

- Eigenschaften
- Interessen
- Skills

Ideen, Meinungen,
Beiträge, Artikel

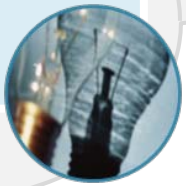
Neues über mich ...
... was ich gerade tue ...
... wen/was ich mag ...

Mein Wissen ...
... gemeinsames Wissen
Meine Meinung ...
... Deine Meinung



Soziale Nähe

Wissen



Funktionen von Sozialen Medien

- Freunde, Experten, Gleichgesinnte finden
- Kontakte pflegen
- Gruppen bilden
- in Gruppen agieren
- Beziehungen nutzen

Vernetzen:
Personen und Gruppen

- Meinungen verbreiten
- Kontexte bilden
- Ideen, Erfahrungen austauschen
- Diskutieren
- Wissensplattform

Wissen schaffen:
Ideen und Dokumente

- Selbstdarstellung
- Beziehungskontexte
- Privates / Berufliches
- Statusmitteilung
- Mikro-Mitteilung
- Bewertungen

Soziale Nähe:
Ich und mein Leben

Soziale Medien: Kooperation mit/über Information

Partner mit **gleichen Zielen** finden

gegenseitige **Unterstützung** / gemeinsame **Leistung**

Motivation und Vertrauen: **Verbundenheit**

Soziale Medien: die Chance zur Kooperation

Soziale Medien eröffnen die Chance **neuer** und **besserer** Kooperation von Menschen.

Potenziale Sozialer Medien

Kooperation verändert Menschen

Kooperation verändert „Prozesse“

Wissen teilen

Soziale Filter

Awareness

Motivation

Kollektive Intelligenz

Diskussion

Teilhabe

Kooperative Kreativität

Freiwilligkeit

Unterstützung

Interaktion

Offenheit

Zusammenarbeit

Kooperation

Beziehungen

Vertrauen

Transparenz

Heterarchie

Gemeinsame Interessen

Gemeinschaft

Gemeinsame Risiken

Kooperation verändert die Kultur

Persönliche Nähe

Diskurs

Poter

Koop

Awa

Freiwill

He

Koope

Zeitverschwendung

Vereinsamung

virtuelle Beziehungen

unnütze Information

Verdummung

Verleumdung

gläserner Bürger

Radikalisierung

...

erändert
e“

le Filter

Kreativität

t

Techni
Univer
Braun

Neues Medium
Kooperation (als Einstellung)
Social Media

“Das neue Medium ist höchst gefährlich, weil es

- das Gedächtnis schwächt,
- Unbefugten den Zugang zu weitreichenden Informationen erlaubt,
- zu läppischen Spielchen verführt, die von der Realität ablenken und
- dazu verführt, Realität und ihr mediales Abbild zu verwechseln.”

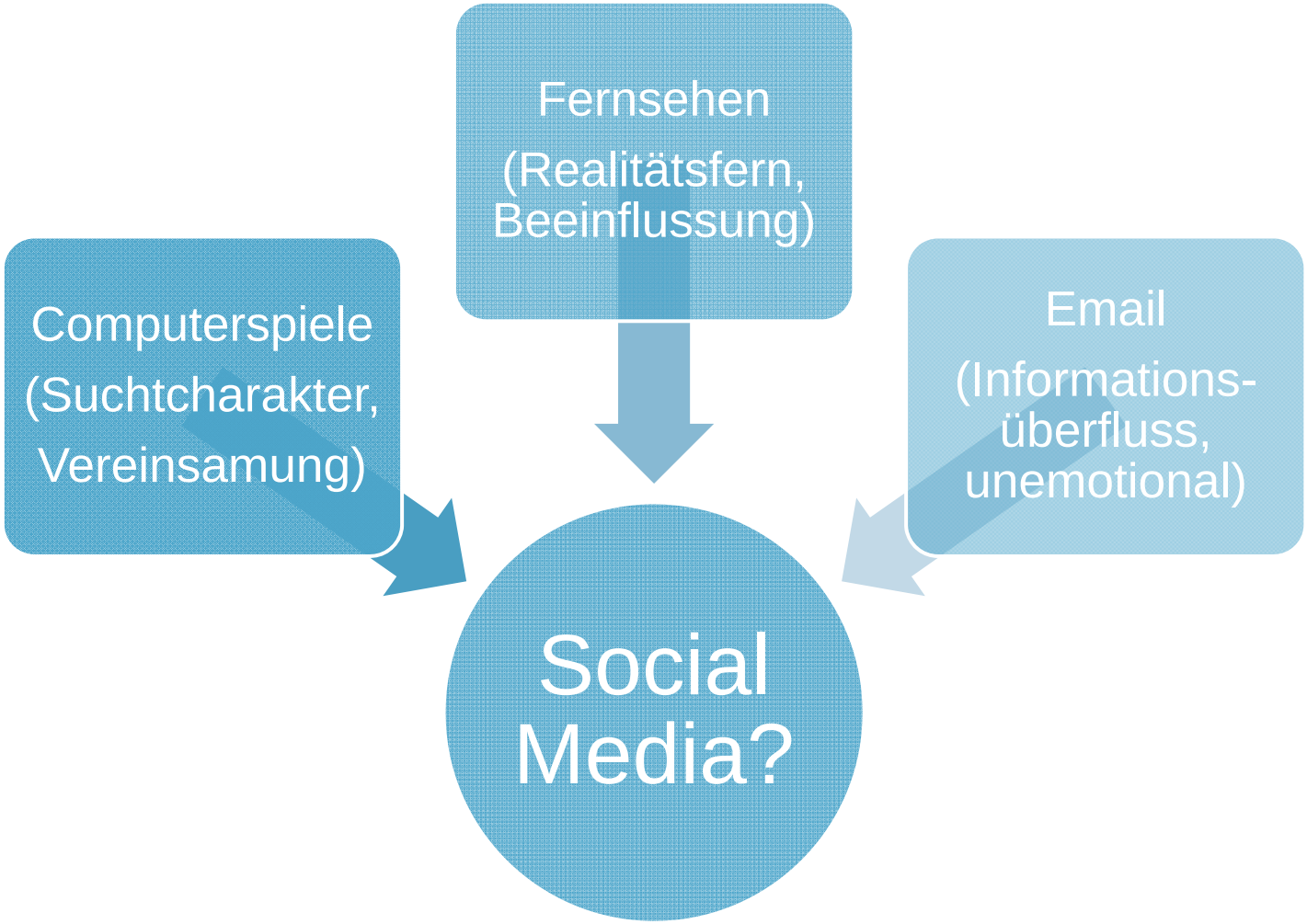
Quelle: *Platon* über die Erfindung der Schrift, ca. 390 vor Christus

Standardsituationen der Technik-Kritik (Kathrin Passig)

1. "What the hell is it good for?“
2. "Wer will denn so was?“
3. Die Einzigen, die das Neue wollen, sind **zweifelhafte oder privilegierte Minderheiten**.
4. Das ist nur eine **Mode**, die sicher wieder vorbei geht.
5. Das hat **nicht wirklich Auswirkungen**, auf das, was ich tue.
6. Ich habe das jetzt probiert, aber das klappt ja gar nicht richtig – ist zu teuer.
7. Man muss aufpassen. Schwächere können damit nicht umgehen.
8. Das ist ja jetzt immer und überall, als ob man ohne nicht mehr leben kann. „**Etikette**“
9. Die neue Technik verändert das, was wir vorher ohne sie machten (Lesen, Rechnen, Schreiben, Vernetzen) zum Schlechteren.

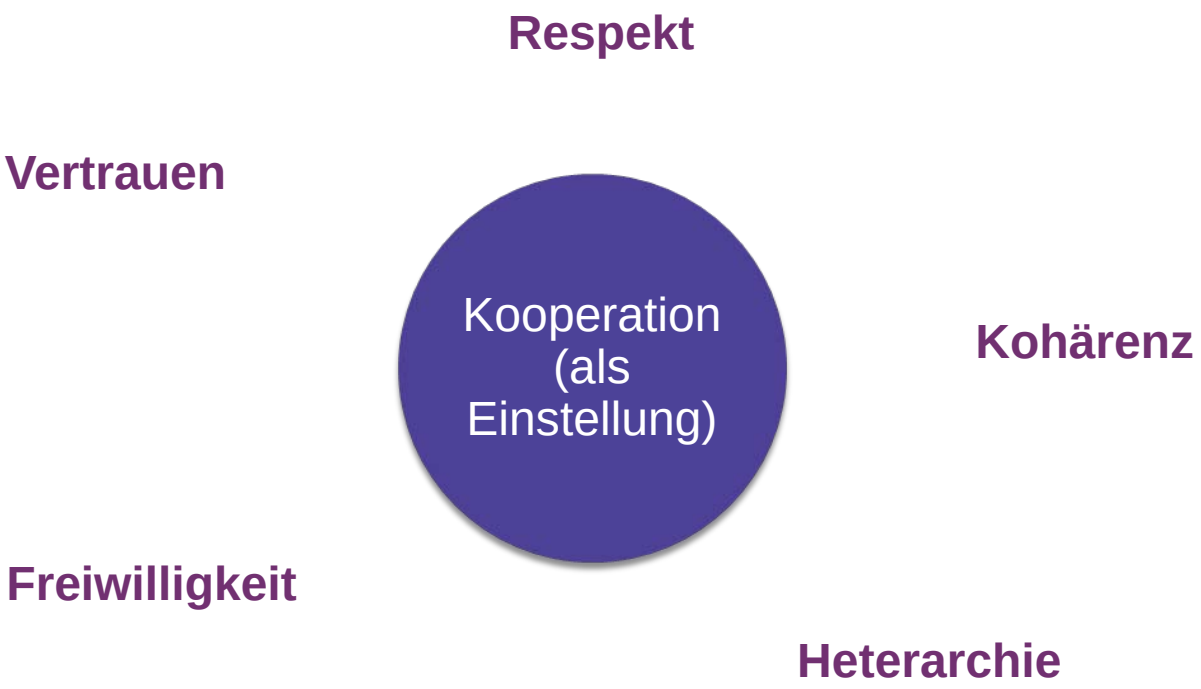
… Verlernen…

Verlernen!


Fernsehen
(Realitätsfern, Beeinflussung)
Computerspiele
(Suchtcharakter, Vereinsamung)
Email
(Informations-überfluss, unemotional)
Social Media?

Neues Medium
Kooperation (als Einstellung)
Social Media

Die schwierigen Seiten der Kooperation



Kooperation.

- Wen interessiert schon, dass Fritz heute und gerade einen Kaffee am Kornmarkt trinkt.

Freiwilligkeit und Verbundenheit

Kohärenz
in Kommunikation, Koordination, Kooperation

Kooperation.

- Soziale Medien führen zu einer Verwischung von Privatheit und Öffentlichkeit - Veröffentlichung der Privatheit und Privatisierung der Öffentlichkeit

Freiwilligkeit

Respekt und Konvention

Kooperation.

- Soziale Medien sind eine Bedrohung für Gesellschaft und Demokratie, es drohen Radikalisierung, Fragmentierung und Vandalismus

Freiwilligkeit für jeden!

Vertrauen: geben und nehmen.

Heterarchie und Pflicht

Aber wie?

A good way to think about social media is that all of this is actually just about being human beings.

(Antony Mayfield)

„… on big parties!“

Soziales Verhalten

Kooperation als Chance

Soziale Medien mit wirkungsmächtigen Diskursen sind das Leitmedium einer kooperativen Webgesellschaft.

BÜNDNIS 90 DIE GRÜNEN

DEUTSCHER FUSSBALL-BUND

katholisch.de
KATHOLISCHE KIRCHE IN DEUTSCHLAND

Räume, Orte, Zeiten, Treffen

Gesellschaft der Massenmedien

Koordination durch Begegnung
Interessenvertretung
Konventionen

facebook

YouTube

Kooperative Webgesellschaft

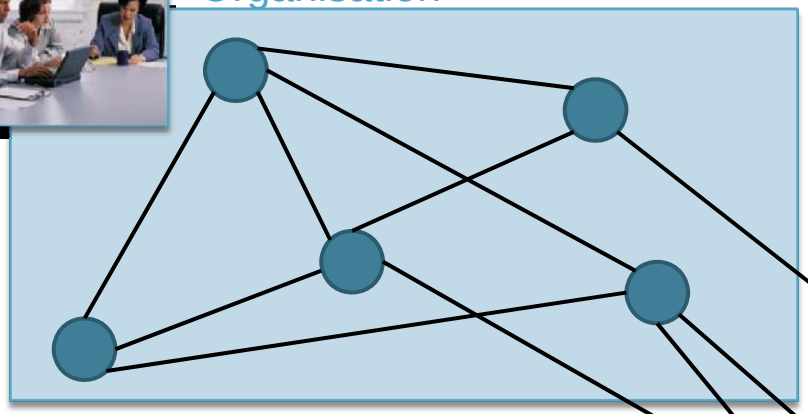
Vernetzung / Soziale Nähe
Gemeinsame Interessen
Kooperation durch Kohärenz
Freiwilligkeit

Soziale Medien: die Chance zur Kooperation

Soziale Medien eröffnen die Chance **neuer** und **besserer** Kooperation von Menschen.

Kooperation in Organisationen und darüber hinaus

Organisation



In Organisationen:

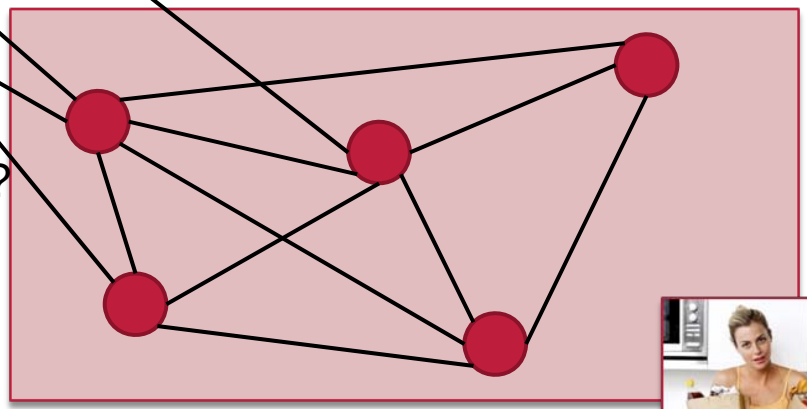
- Kooperation prinzipiell da
- Koordination: hierarchisch/Prozess
- IT-Systeme „lean“

- Soziale Medien und **Kooperations-mechanismen** als Option für z. B. Wissens-, Projekt-, Ideenmanagement

Über Organisationen hinaus:

- Kooperation nicht vorgesehen
- neue soziale Medien sind da
- jeder kommuniziert: Interesse, Vertrauen?
- Grenzen der Positionierung / Botschaft

- **Kooperationsmechanismen** zur Vernetzung, Kommunikation, Diskussion und Zusammenarbeit



Private

Kooperation mit „Externen“

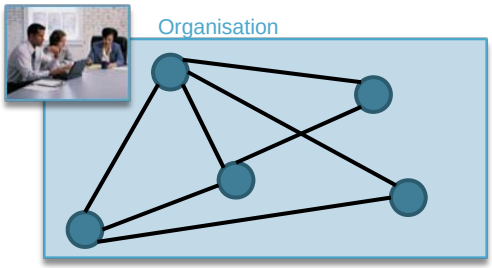
Kooperation mit Privaten, z. B. Konsumenten

Märkte sind Gespräche.
Märkte sind von Person zu Person vernetzt und werden dadurch intelligenter. Die Chance für Unternehmen ist, mit ihren Märkten zu kommunizieren (Levine et al. 2001: Clue Train Manifesto).

- Gespräche fördern

- **Zuhören** statt „Markt forschen“
- **Mitreden** statt „Marketing“
- **Diskutieren** statt „Public Relations“
- **Kooperieren** statt „Customer Relationship Management“

Erkenntnisse zur Kooperation mit Privaten



Zusammenarbeiten

Mitmach-Angebote

Kooperieren

Motivation

Diskussion nach Hause holen

Transparenz

Ehrliche Botschaften

Interessantes beitragen

Weitersag-Effekte

Mitarbeiter einbeziehen

Meinungen zulassen

Kommunizieren

Diskutieren

Private vertrauen auf Private

Öffentlichkeit

Gespräche anbieten

Fehler zugeben

Austauschplattform

Diskurstheorie

Wikification

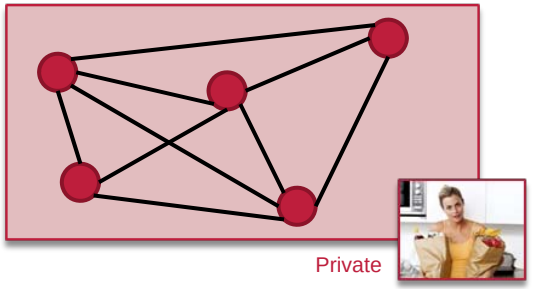
Reagieren

Mitreden

Im Gespräch sein

Verstehen

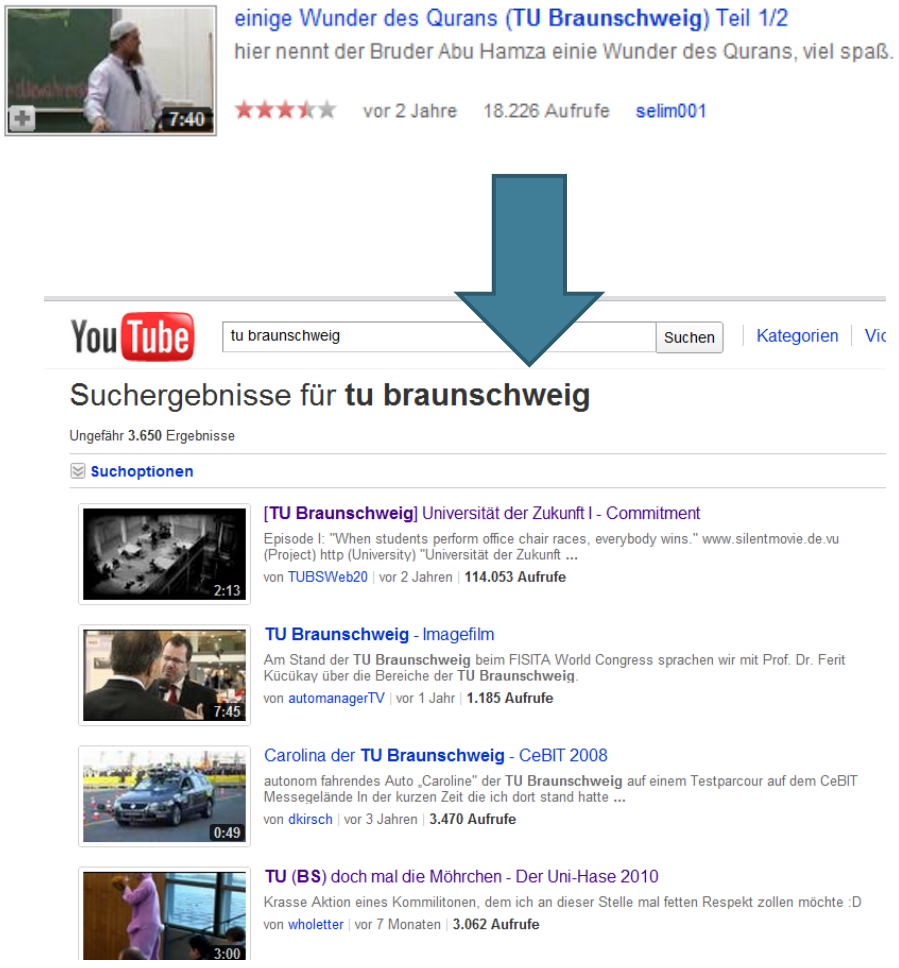
Zuhören

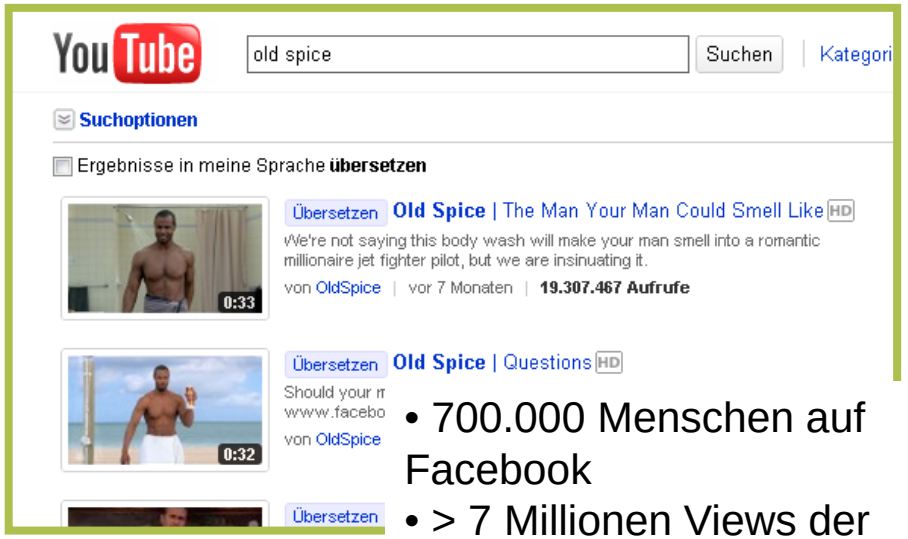


Respekt

Vertrauen

Mitreden, präsent sein

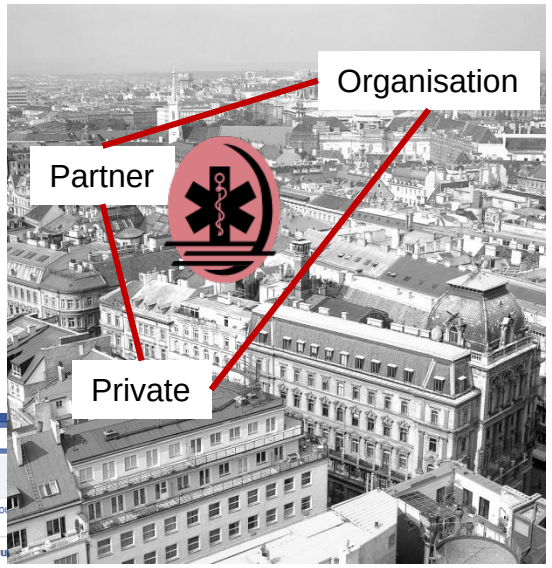




- 700.000 Menschen auf Facebook
- > 7 Millionen Views der Videos in einer Woche
- Umsatzsteigerung laut Nielsen um bis zu 107%

... >233.000 „de-friends“

Schluss mit lustig: Themen besetzen, Gruppen bilden, verlinken



Diskussionen nach Hause holen und Themen besetzen

Kommunikation und Marketing …

Wenn möglich: „It‘s not Marketing, it‘s the Function!

Aber: Auch Themen haben Kunden!

Reputation

soziales Kapital
(Mitarbeiter/Kunden)

kulturelles Kapital
(Kreativität/Wissen)

ökonomisches Kapital

Reputation

"symbolisches Kapital“

soziale Ressource, die auf kollektiver Anerkennung dieser drei basiert [Bourdieu 1982]

„Management“?: Im Web 2.0 vielleicht sogar einfacher

Der Weg zur Reputation

Image

Website / Massenmedien

„Produkt“

„Potenzial“

Organisation
soziales Kapital
Wissen …

Soziale Medien

YouTube facebook

Reputation

Kooperation „intern“
– und darüber hinaus?

Der Wert der Kooperation, wenn‘s um Informationen geht

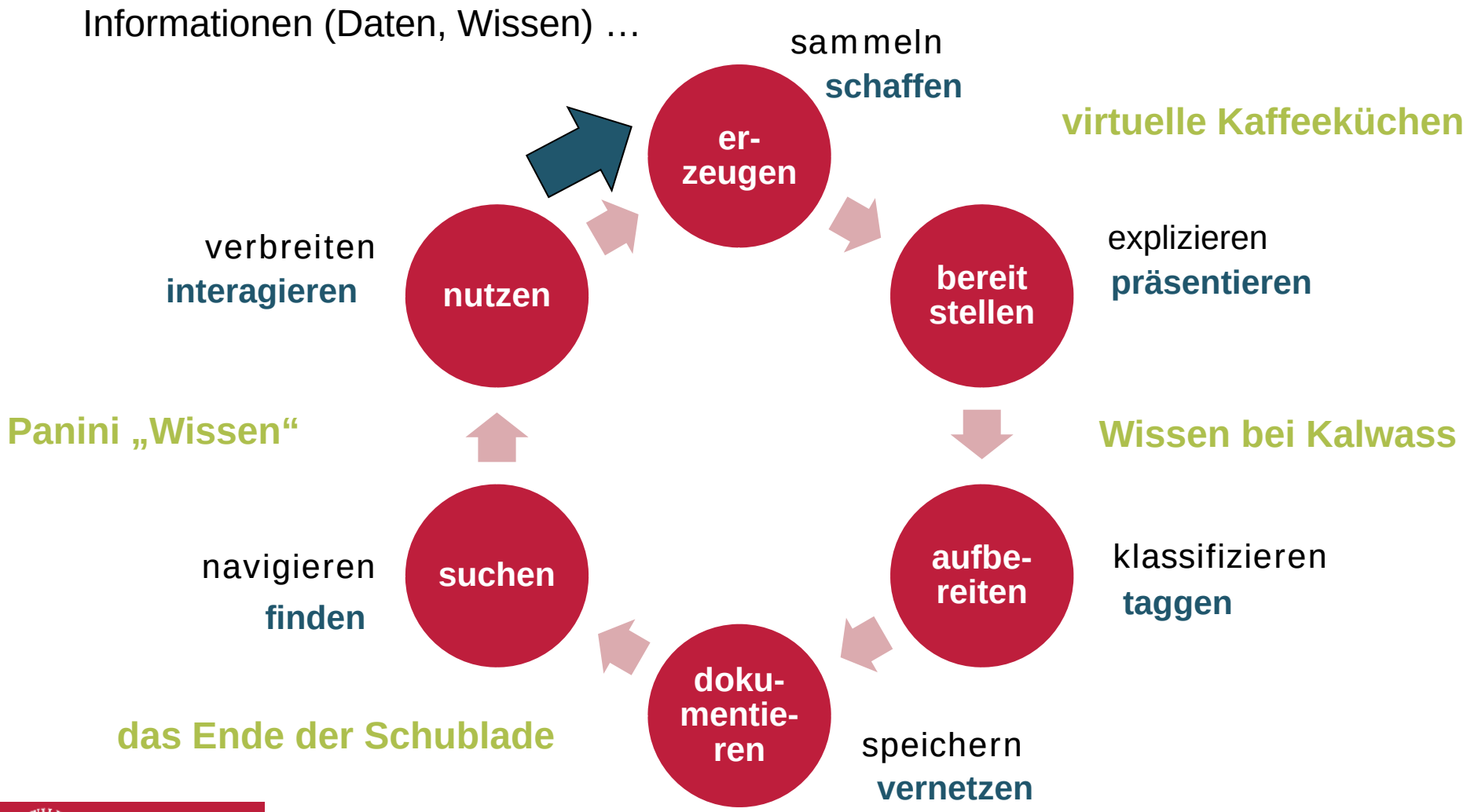
Die stärksten Ideen kommen über schwache Bindungen in einem Netzwerk – „the strength of weak ties“ (Granovetter 1979).

Bereits additive Kooperation steigert in der Ideenfindung die Quantität, Vielfalt aber auch Qualität von Ideen deutlich. (Nijstadt, Paulus 2003)

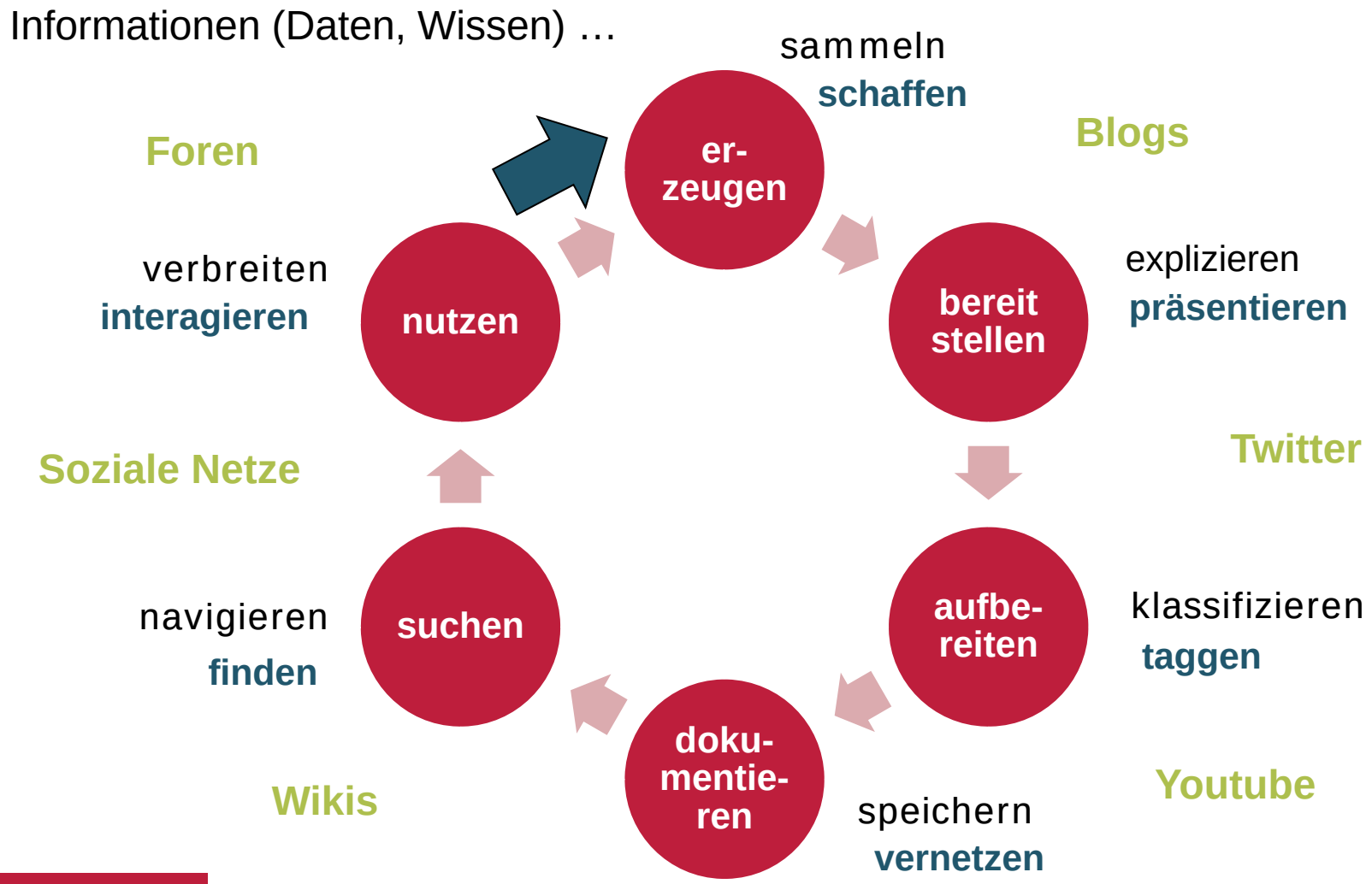
Gruppen fällen oft bessere Entscheidungen als Einzelne – „the wisdom of the crowds“ (Surowiecki 2004)

Phänomen der Information Stickiness – Wissen „klebt“, es ist schwer übertragbar (von Hippel 1994): Motivation der Quelle, Vertrauen des Rezipienten.

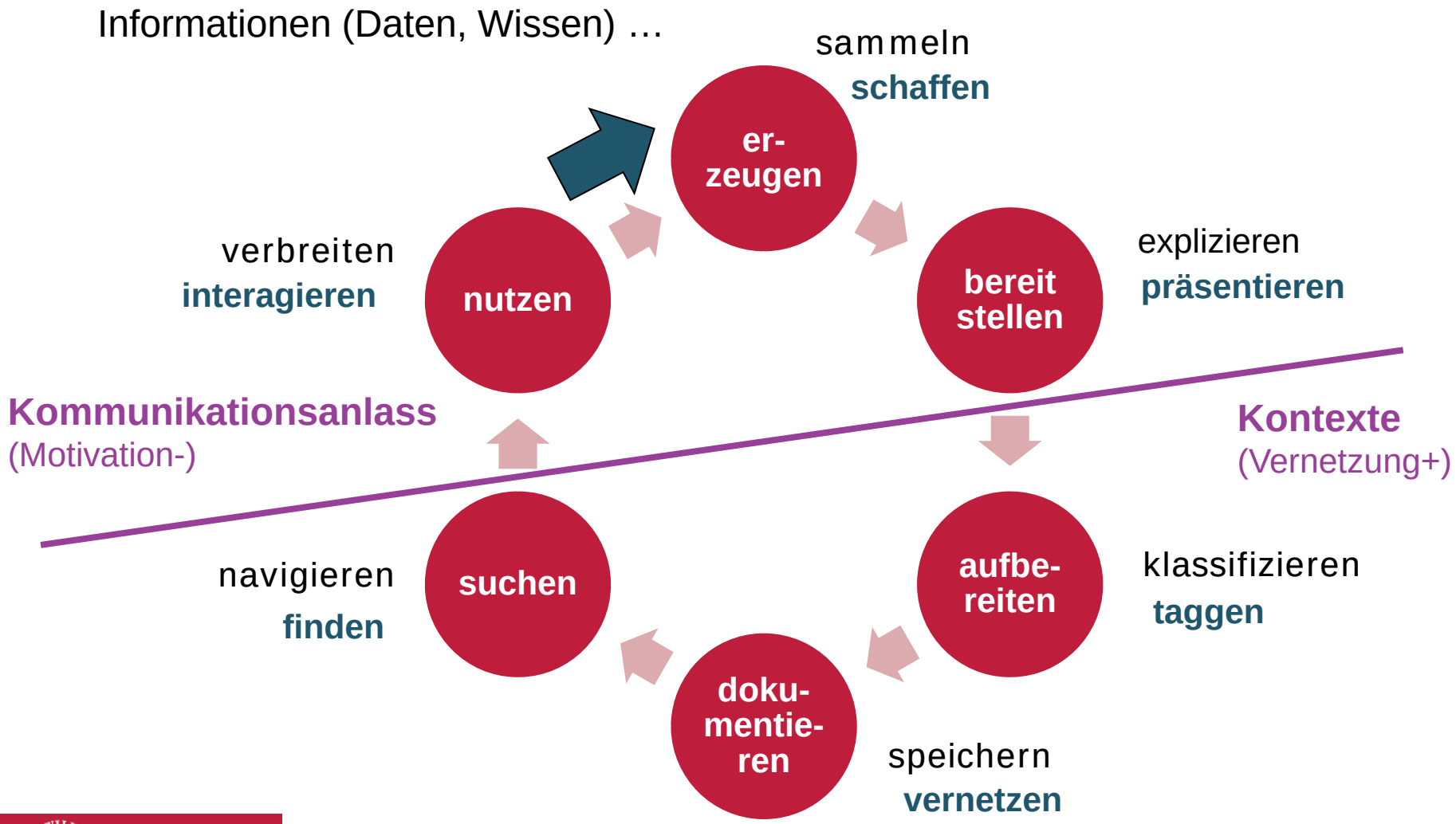
Kooperation in allen Informationsfunktionen



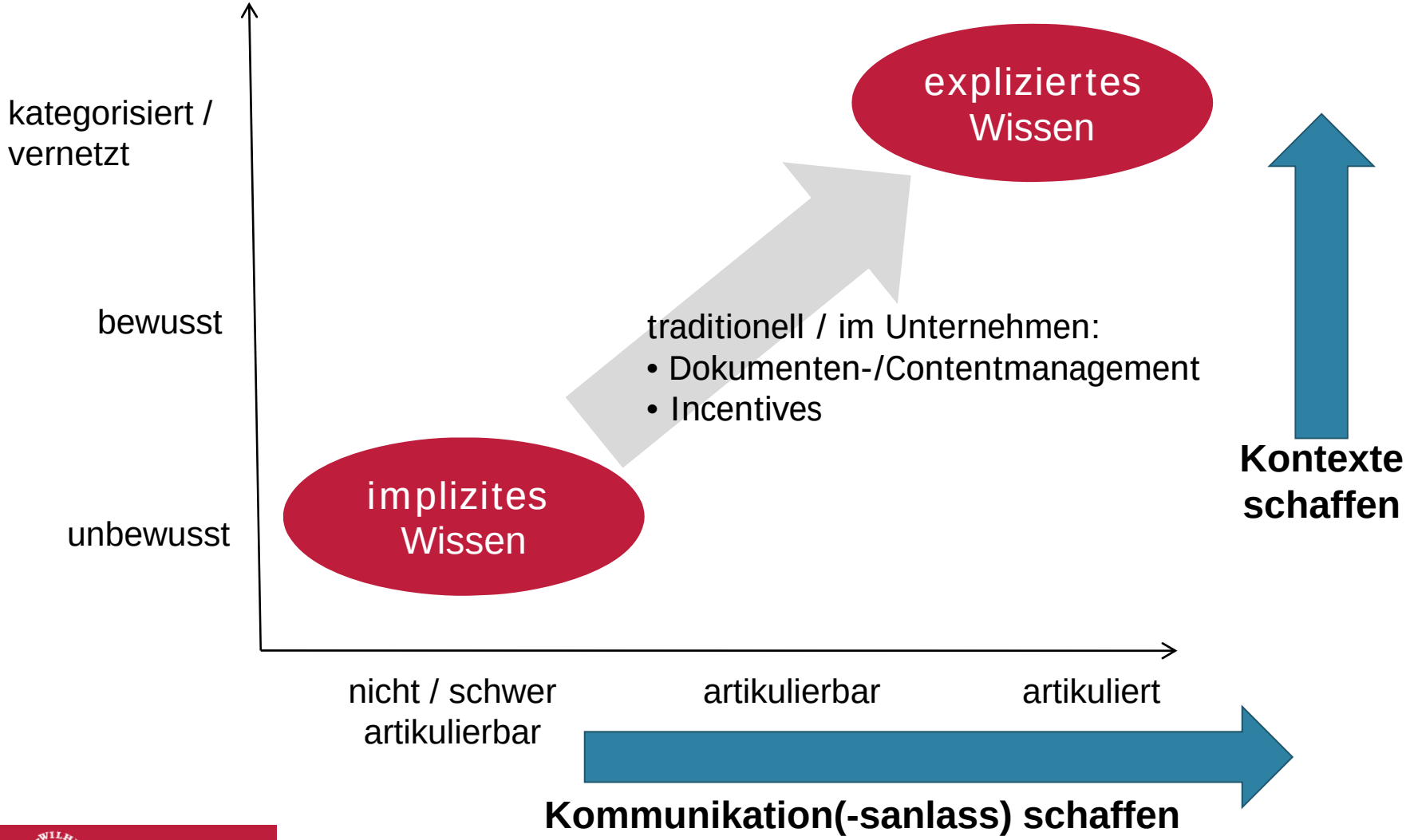
Kooperation in allen Informationsfunktionen



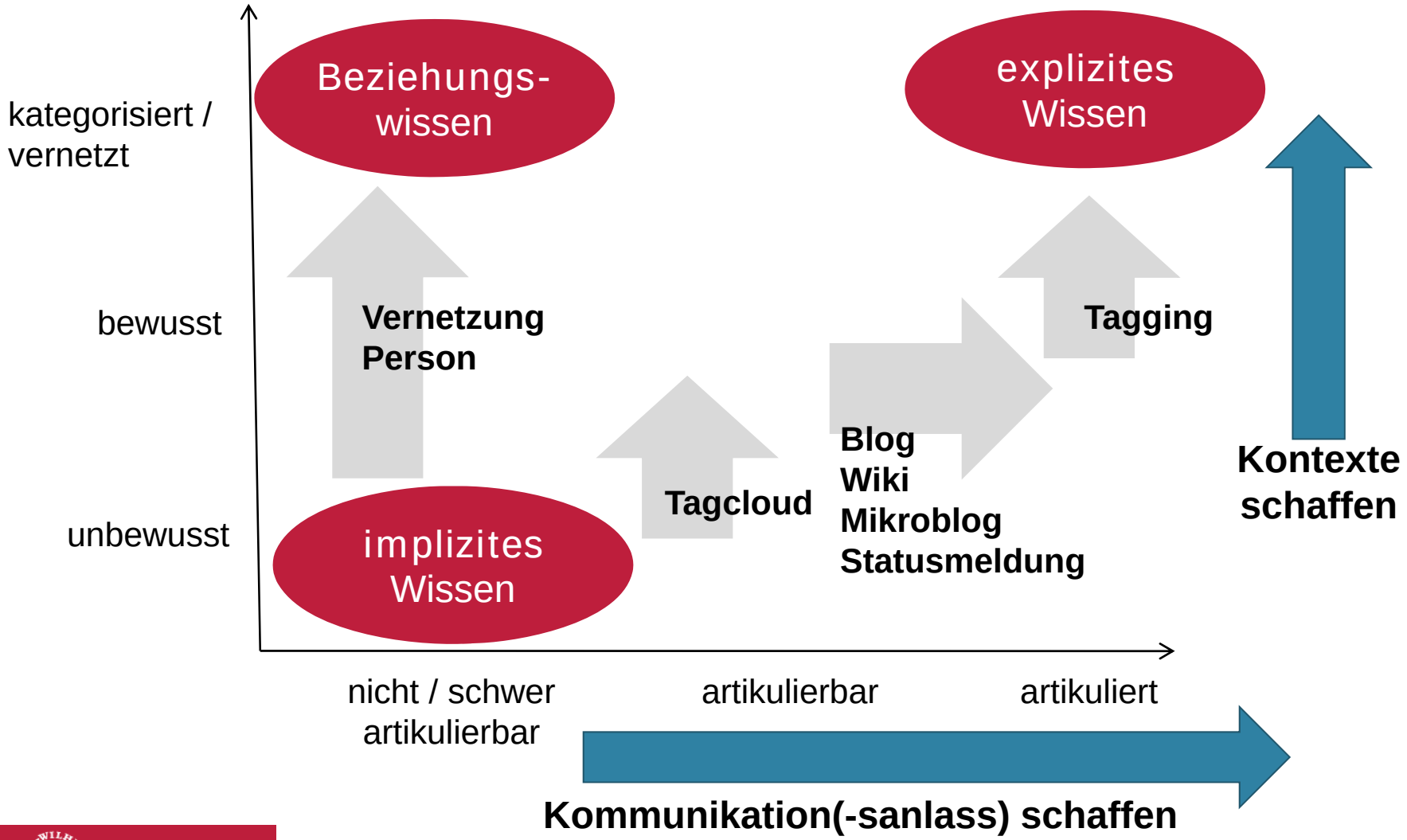
Kooperation in allen Informationsfunktionen



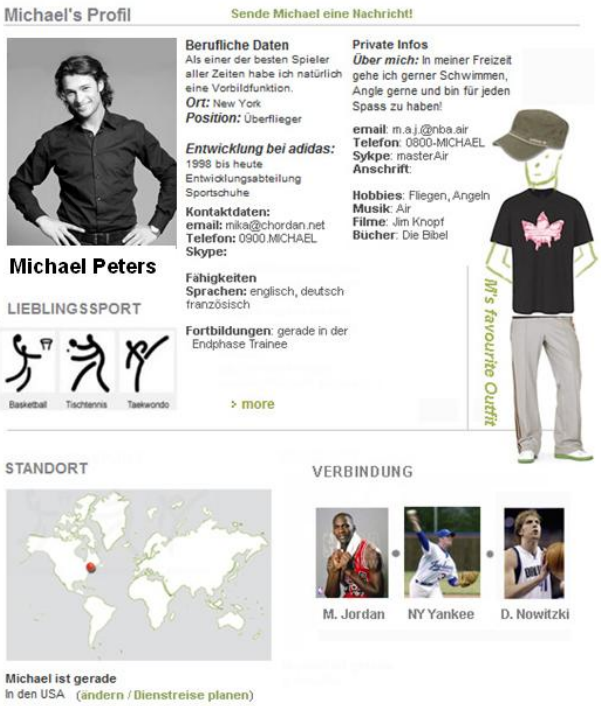
Problem: Verfügbarkeit / Austausch von Wissen



Kollektive Intelligenz: Verfügbarkeit von Wissen

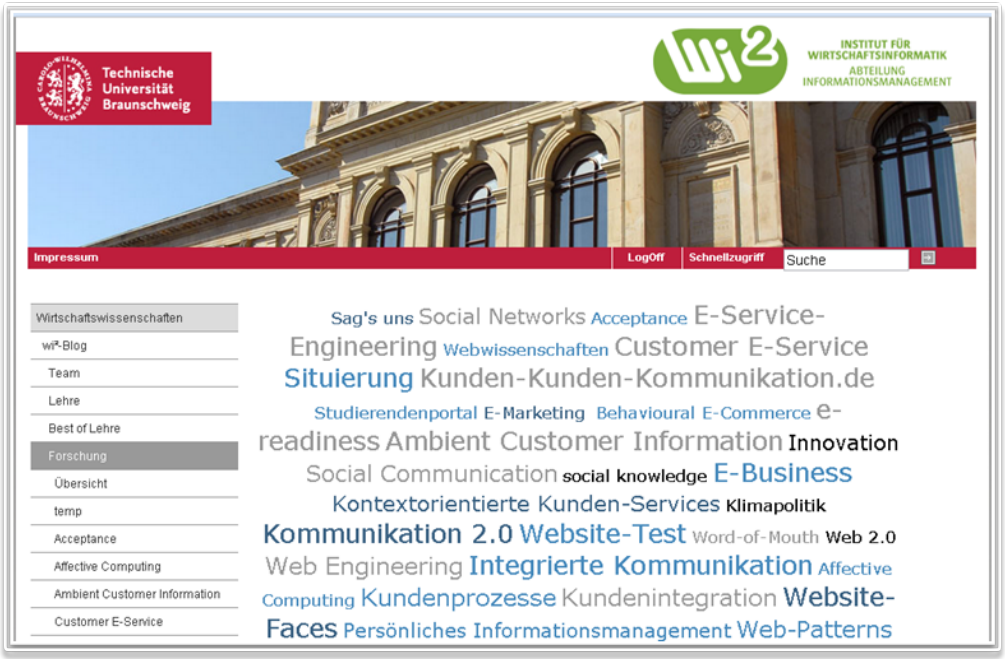


Kontexte



Soziale Beziehungen

Tag-Cloud

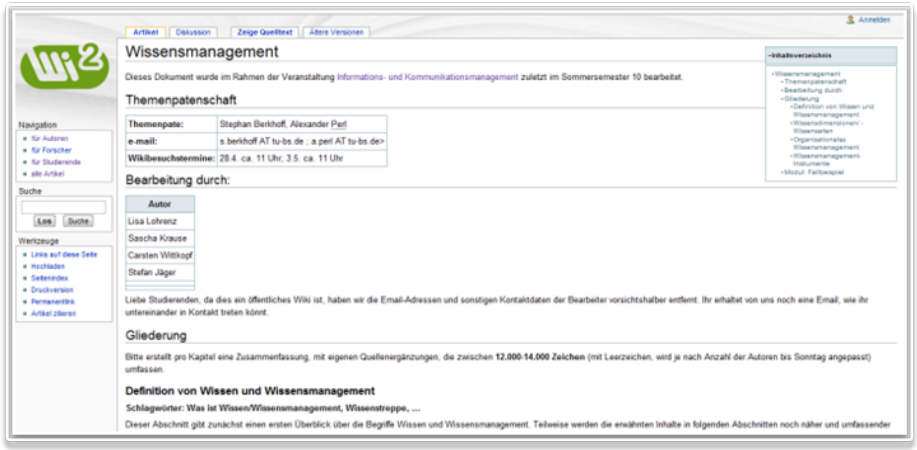


Kommunikationsanlässe

Blogs

Mikroblogs

Status



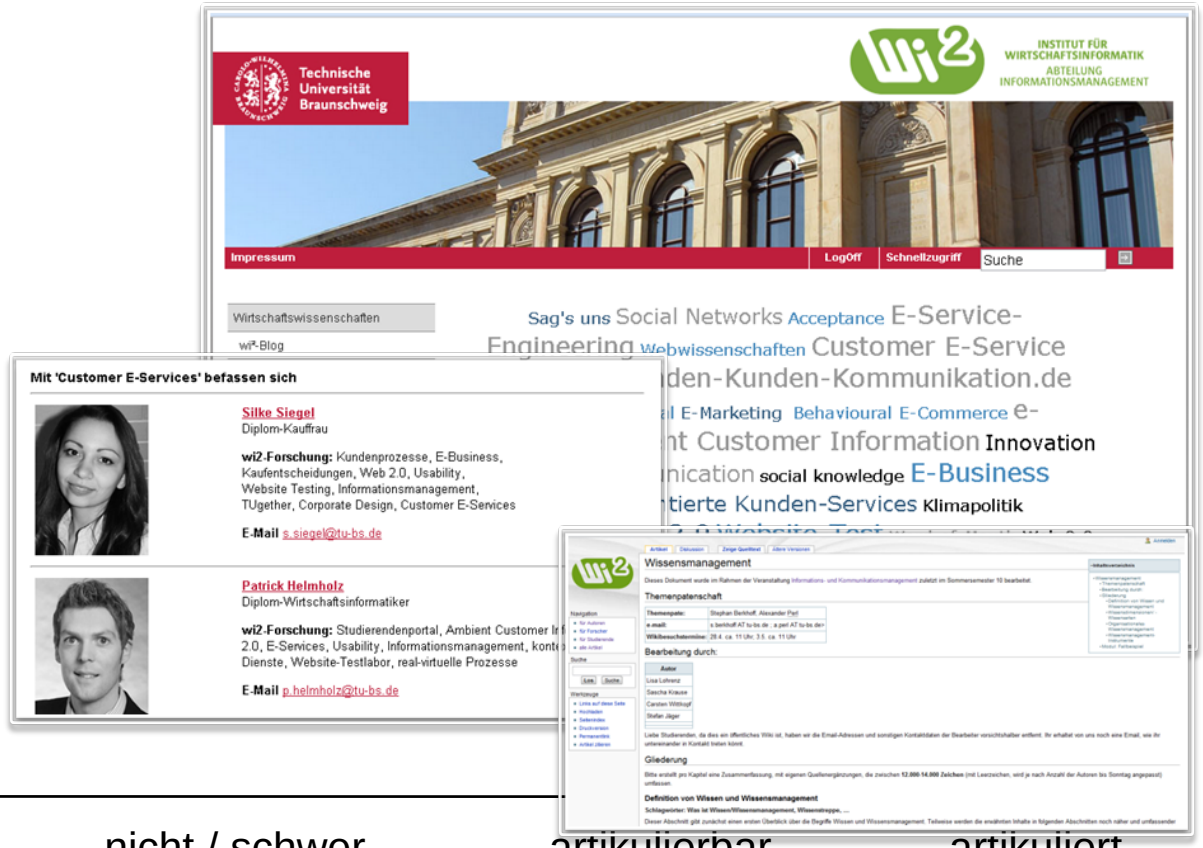
Wikis

Beispiel: Wissensmanagement 2.0

kategorisiert / vernetzt

bewusst

unbewusst



Kontexte schaffen

nicht / schwer artikulierbar

artikulierbar

artikuliert

Kommunikation(-sanlass) schaffen

Beispiel: Probleme lösen 2.0

kategorisiert / vernetzt

bewusst

unbewusst

Kontexte schaffen

nicht / schwer artikulierbar

artikulierbar

artikuliert

Kommunikation(-sanlass) schaffen

Sag‘s uns – Kooperation zwischen TU und Studierenden

Technische Universität Braunschweig

Impressum

Studierende
Sag's uns
Start
Beitrag verfassen
Beiträge anzeigen
Blog-Regeln
Hilfe
Datenschutz
Impressum
Mein Profil

Beiträge

Vorlesungen Livestream, Lernvideos
15.04.2010

Hallo liebes Sag's uns Team.

Über eine Pressemitteilung vom idw (Informationsdienst Wissenschaft) habe ich gelesen, dass die Uni Potsdam eine Tele-Teaching-Plattform realisiret hat, üb möglich ist die Vorlesungen als Podcasts und Kurzvideos zu sehen. Genaue das Hasso Plattner Institut für Softwaresystemtechnik an.

Das t... weiterlesen

Bewertung:

Schlagworte: E-Learning, Tele-Teaching

Veröffentlicht in Lehrveranstaltungen, Studienabläufe, Studiengänge, Verschie

Suche

Themenwolke

Lehrveranstaltungen
Prüfungen TU-Webseite

Kommentare

Mija Schaare (SK Mathematik)
hat folgendes am 12.04.2010 um 14:13 geschrieben:

Liebe Studentin, lieber Student, leider kann es innerhalb der ersten Woche immer zu Änderungen im Stundenplan kommen. Diese erfolgen allerdings erst nach Rücksprache mit den Studierenden in der ersten Lehrveranstaltung. Die Änderungen im Stundenplan werden dann so schnell wie möglich eingearbeitet (in der Regel innerhalb von 1-2 Tagen). Die aktuellen Änderungen im Stundenplan der Mathematik sind in den ersten beiden Tagen der ersten Vorlesungswoche entstanden und wurden am 7.4.2010 direkt in den Stundenplan der Mathematik übernommen. Diese werden nun natürlich schnellstmöglichst an die zuständigen Stundenplaner anderer Studiengänge übermittelt und erst dort in die entsprechenden Stundenpläne übernommen/eingearbeitet. Freundliche Grüße, Mija Schaare (Studiengangskoordinatorin Mathematik)

Diesem Kommentar antworten

Neuen Kommentar schreiben

Anzeigename: Yvonne
E-Mail: y.gaedke@tu-bs.de (wird nicht veröffentlicht)
Namen nicht anzeigen
Beitrag abonnieren
Ich bin Experte auf diesem Gebiet!
Funktion:

Studiengebühren Vorlesungen Immatrikulationsamt Praktikum Klausureinsicht Klausurkorrektur Sag's uns Gauß-IT-Zentrum Rechner Tutorien Ausdrucke Skripte Lehrevaluatior Diplomarbeit Drucker Evaluation Flughafen Kosten Anfangszeiten StudIP Institut Tentomax E-Learning Stundenplan

Kategorien
- Infrastruktur
- Lehrveranstaltungen
- Prüfungen
- Studienabläufe
- Studiengänge
- Verschiedenes

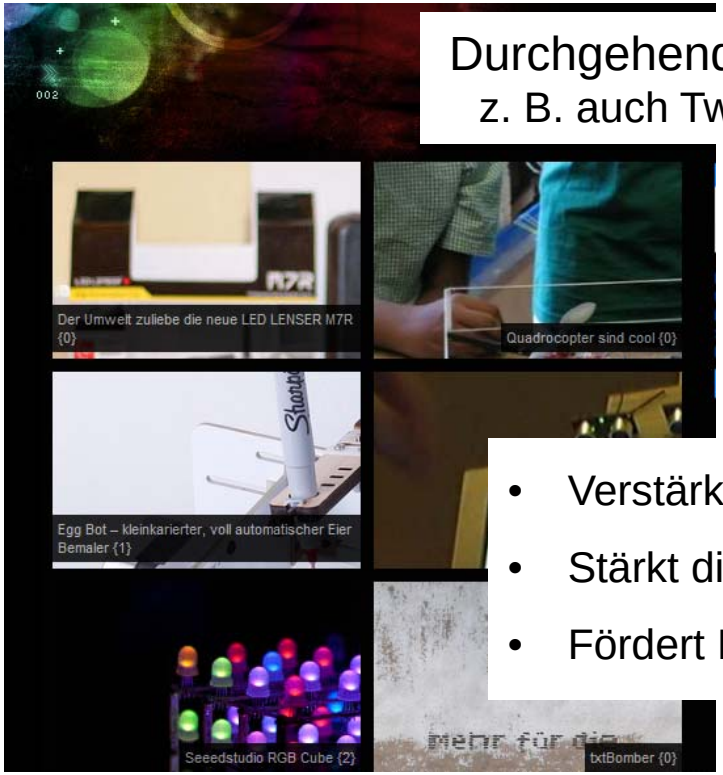
Neuste Kommentare
- Pascal zu Tentomax (Zelt)
- Oliver Tacke zu Zwischenstand zur Renovierung des Audimaxes
- Karolina zu Zwischenstand zur Renovierung des Audimaxes
- Alexander zu Getränke in der Bibliothek
- Alexander zu MLP auf dem Campus

Beispiel: Querdenken – Ideen entwickeln 2.0

kategorisiert / vernetzt

bewusst

unbewusst



Durchgehend: Interessantes sammeln
z. B. auch Twitter, Posterous, Facebook

- Verstärkt divergentes Denken
- Stärkt die gemeinsame Basis
- Fördert Multisoziationen

Kontexte schaffen

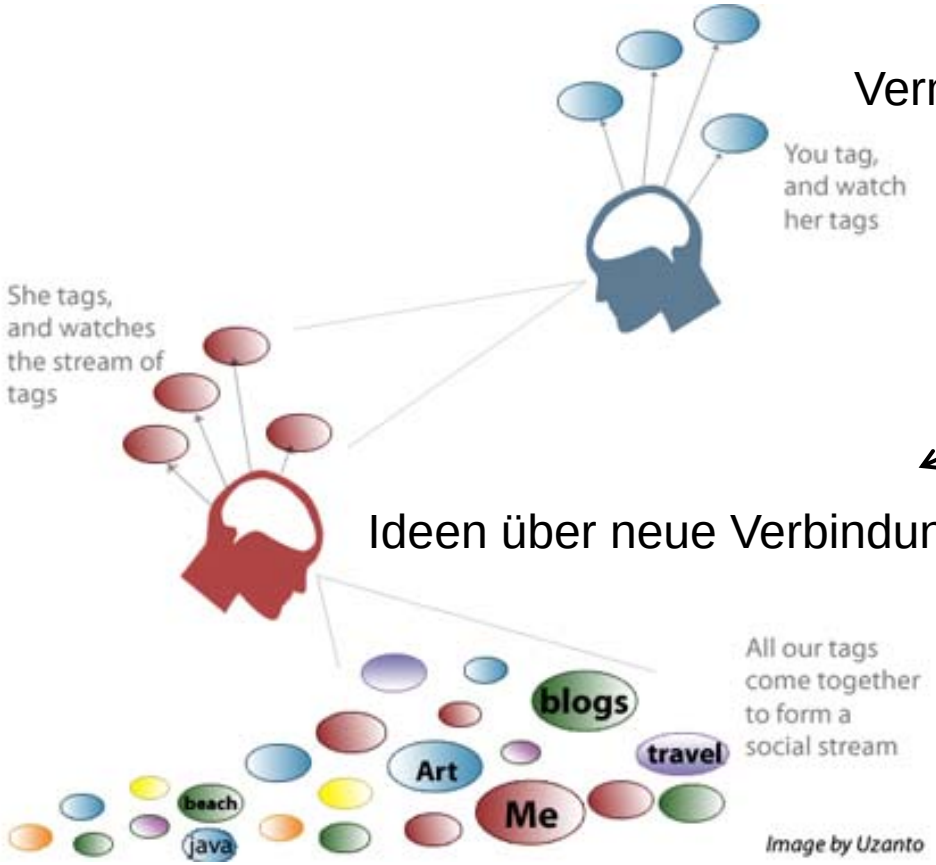
nicht / schwer artikulierbar

artikulierbar

artikuliert

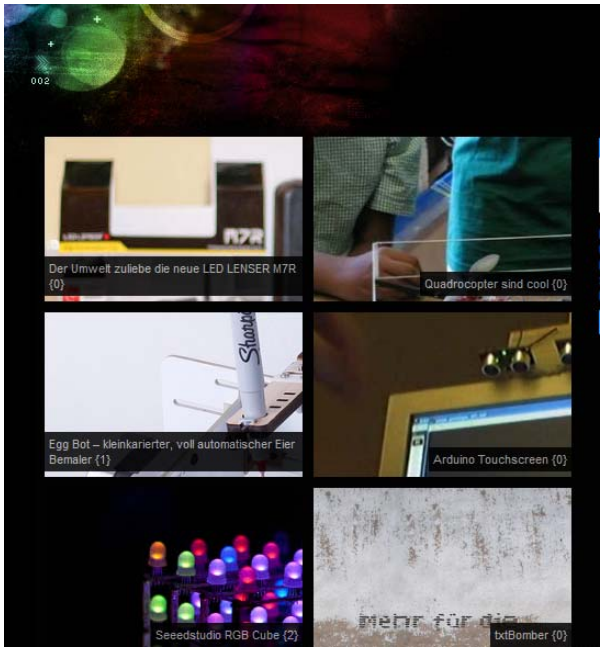
Kommunikation(-sanlass) schaffen

Kontexte über Social Tagging



Vermittlung unterschiedlicher Perspektiven

Ideen über neue Verbindungen



Beispiel: Projekte entwickeln 2.0

kategorisiert / vernetzt

bewusst

unbewusst

nicht / schwer artikulierbar → artikulierbar → artikuliert

Kommunikation(-sanlass) schaffen

Begegnung² – reale Kontexte und Kommunikationsanlässe

Wer macht was?
Wer kennt wen?

Was ist neu?
Was ist interessant?

Welche Themen sind heiß?
Wer ist daran?

Der Weg zur Kooperation

„Wir haben auch schon ganz viele Wikis und Blogs“

„Wir brauchen Social Media um die Effizienz des Personals zu erhöhen“

„Wir sind da überall: Facebook, Twitter …“

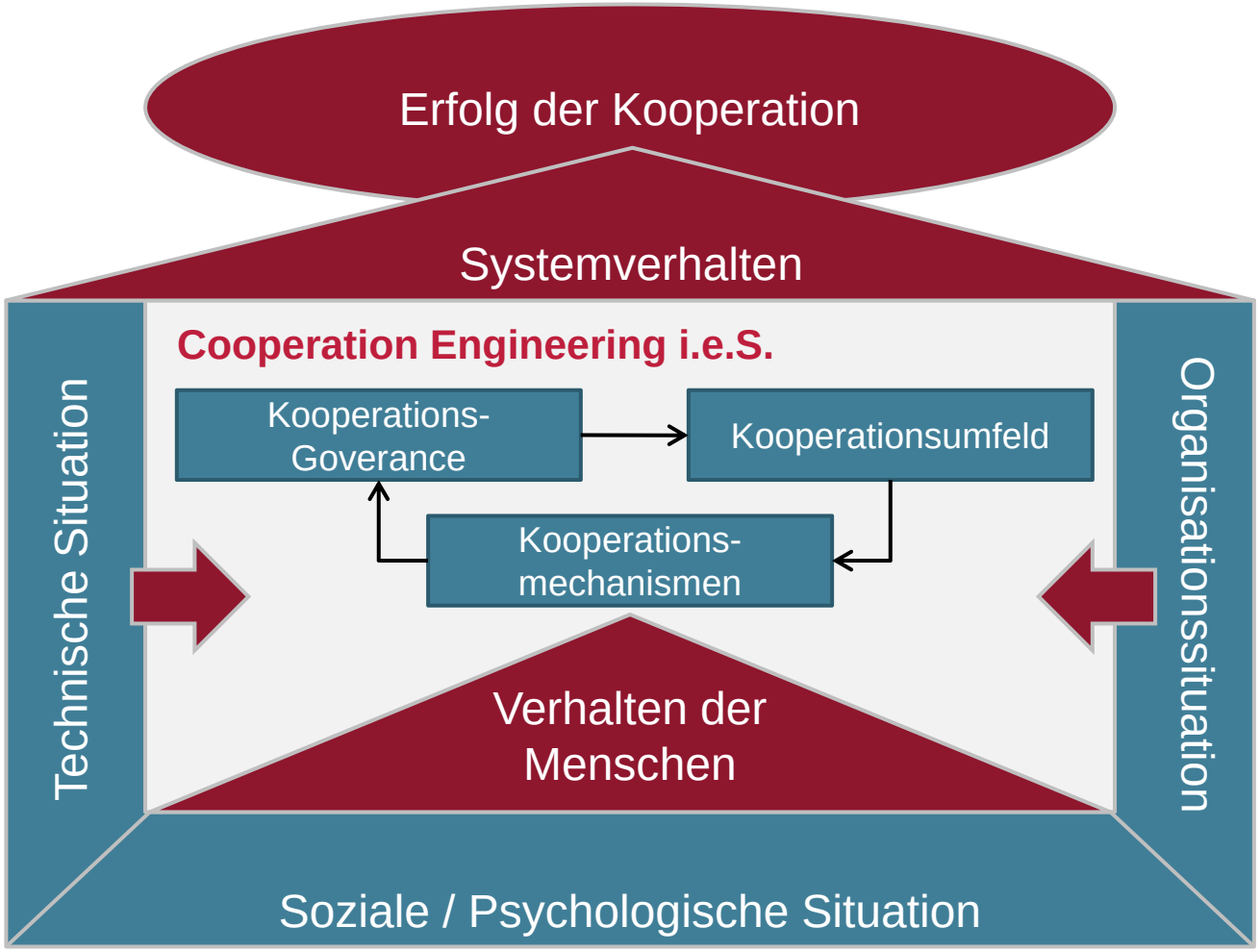
Cooperation Engineering

Kooperationmechanismen

- Ziele der Kooperation (wer?, warum?)
- Kooperationskonzepte und -mechanismen (Theorie & Requirements)
- IT-System aus Web 2.0-Funktionen: soziale Nähe, Wissen schaffen…

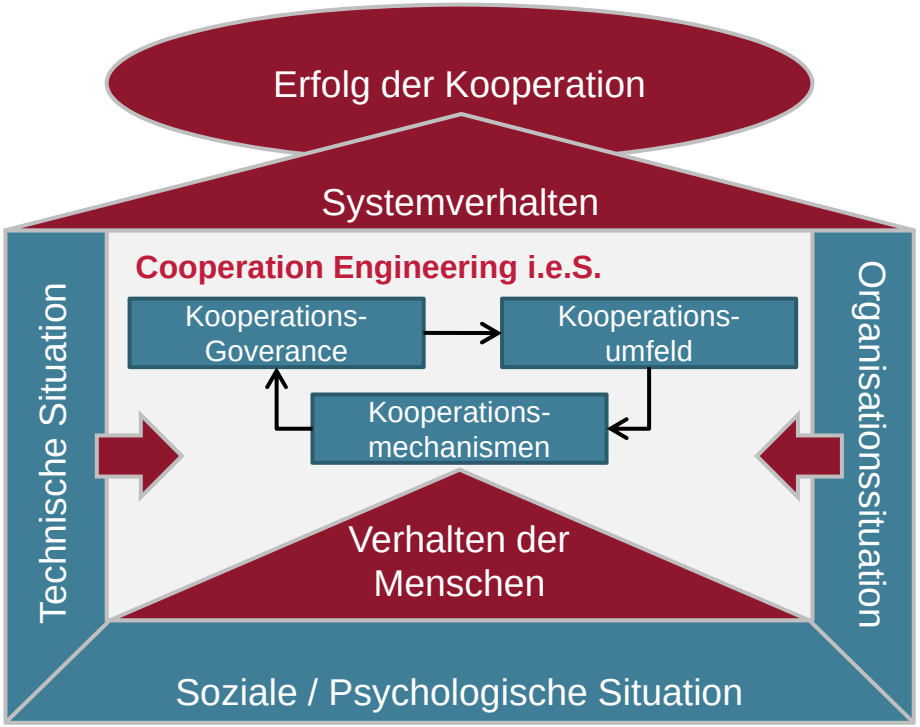
Organisation / Mitarbeiter / technisches Umfeld berücksichtigen

Cooperation Engineering



Cooperation Engineering

Situationen berücksichtigen und beeinflussen



Technische Situation

- Ausstattung
- Intranet
- Kapazitäten
- Innovation
- Systemintegration
- Datenschutz und -sicherheit

Organisatorische Situation

- Kooperation als Einstellung (Zusammenarbeit, Vertrauen, Offenheit …)
- Kapazitäten
- Freiwillige Beteiligung
- Betriebsrat …
- Mavens
- We- aber auch Me-Mentalität
- Unternehmenssituation im Web 2.0

Soziale / Psychologische Situation

- Medienkompetenz
- Kooperationskompetenz: Offenheit, Transparenz, natürlicher Umgang
- Kultur des Vertrauens und Respekts

Organisation: externe und interne Situation und Strategien

Situations-analyse

Web 2.0-Analyse
- Unternehmen
- Markt

E-Readiness-Analyse
- Mitarbeiter
- Kunden

Passive Strategie

Beobachtung (Zuhören) und Basiskommunikation
- Strategie und Konzept (vor allem bei Kritik)
- Struktur (Mitarbeiter)
- Tools

Proaktive Strategie

„Faces“: Spezialkommunikation

Kommunikation
- Idee / Inhalt
- Konzept
- Medien

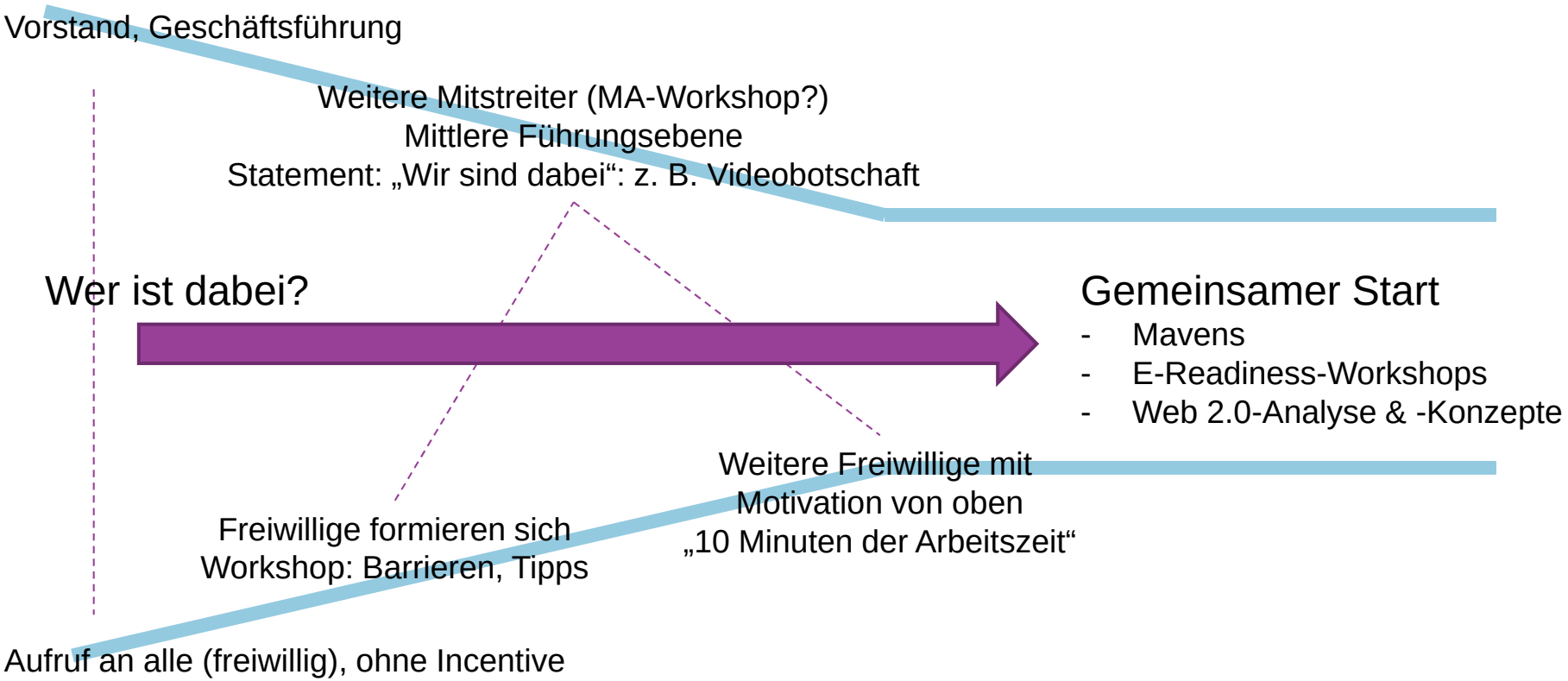
Diskussion
- Themen
- Engineering
- Governance

Kooperation
- Bereich
- Motivatoren
- Engineering

Medienstrategie

Organisation: „Zangenansatz“

- Organisationstheorie: von „oben“ motivieren, von „unten“ entsteht Aktion
- Web 2.0: die Freiwilligkeit zählt



Cooperation Engineering: Vorgehen

Kooperation als Option

Bottom Up: einzelne Kooperationssysteme Mavens!

Ideenblog

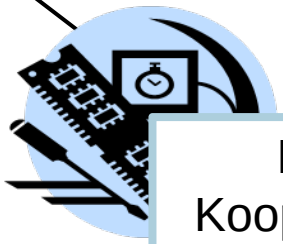
Themen-Community

Beschwerdeplattform

Themen-Wiki

Kampagnen

Top Down: Meta-Systeme, technische und organisatorische Bedingungen



Basis-Kooperations-mechanismen

- discuss2improve
- network2find
- game2innovate
- tag2know
- …

Portal-Lösung

Ausgewählte Plattformen

Einbindung der Abteilungen

Einbindung z. B.Personalrat

E-readiness Workshops

Kooperationsumgebung

Portal und Plattformen

TUgether: Das Portal

Gesamtlandschaft

Wissens-Portal (intern)

Kunden-Portal

Partner-Portal

Kooperationsfähigkeit: „Guidelines“

Grobcheck

- Ist eine Reaktion wichtig, ist etwas interessant?
- Bin ich der Richtige, kann es jemand anders besser?
- Kenne ich das Umfeld (mein Unternehmen, das Thema, die Plattform)?

Aufbau

- Ausweis als Unternehmensmitglied mit Funktion
- Ich-Botschaften
- Objektiv und am Thema orientiert
- Verweis auf weitere Quellen
- Hilfe-Angebot

Guidelines: Keep It Simple

Twitter Policy:

- *Be professional, kind, discreet, authentic. Represent us well. Remember you can't control it once you hit "update".*

GruntledEmployees.com

Blogging Policy:

- *Be professional.*

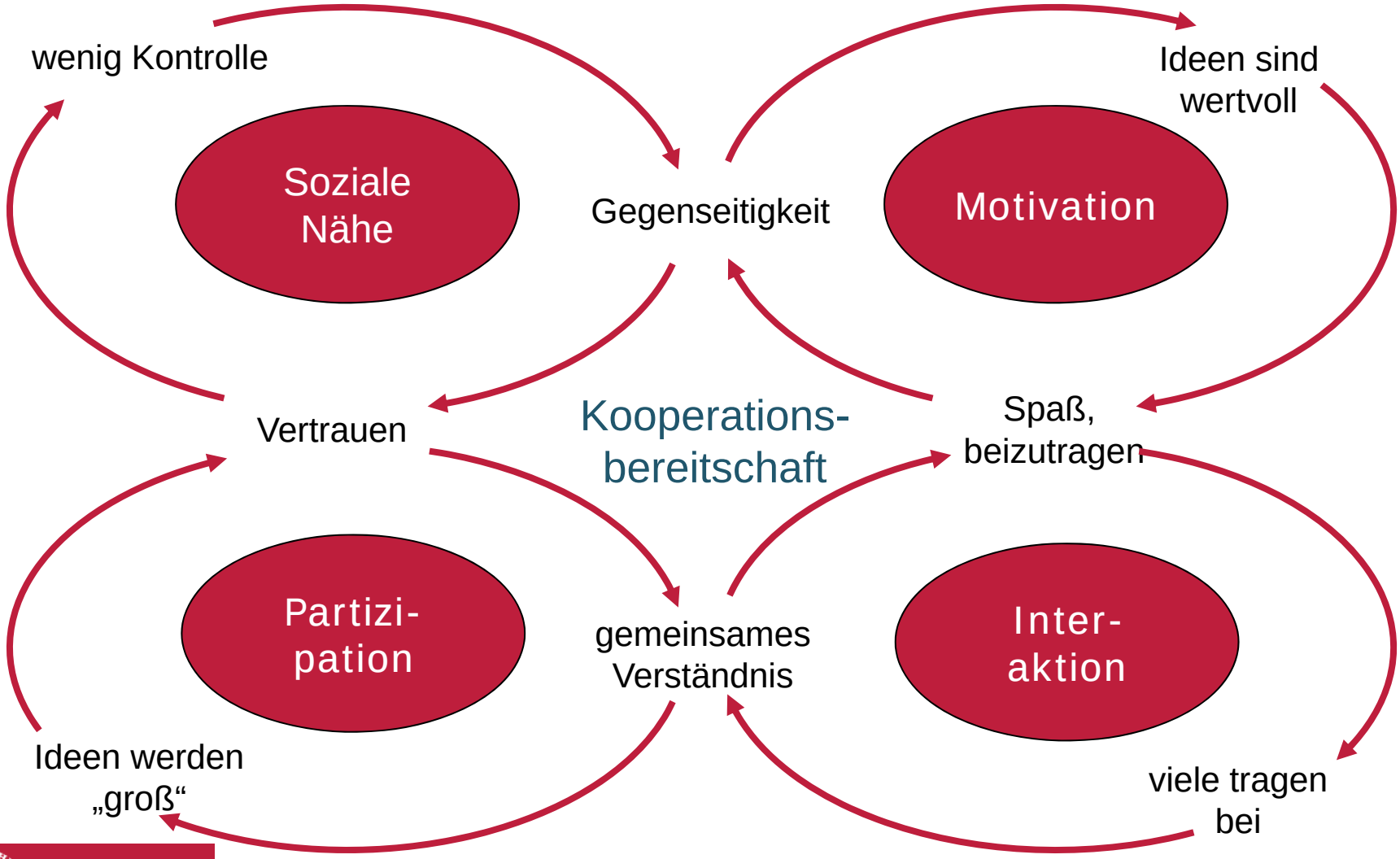
GruntledEmployees.com

Social Media Policy:

- *DAXKO encourages team members to be active in social media as a representative of our company. Only three rules – be real, add value and don't say anything that would embarrass your mom. If your mom has low standards, then don't say anything you wouldn't want to see on the front page of USA Today. Simple enough.*

www.hrcapitalist.com

Mitarbeiter: Kooperationsbereitschaft



Technische Universität Braunschweig

INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSINFORMATIK
ABTEILUNG INFORMATIONSMANAGEMENT

Social Media – ungeahnte Chancen oder … ?

Susanne Robra-Bissantz