

Enterprise 2.0

Ergebnisse der Online-Umfrage
von defacto x GmbH, Deutsche Telekom AG & Selbst GmbH

Juni 2010

Management Report



Studien-Steckbrief

Studie?

Enterprise 2.0 (State-of-the Art und Ausblick)

Durchführung?

defacto research & consulting GmbH, Erlangen

Zielsetzung?

Messung von Einstellungen, Akzeptanz und Affinitäten von Führungskräften hinsichtlich des Einsatzes von Social Media im Zuge des Wandels von traditionellen Unternehmen zu einem Enterprise 2.0

Zielgruppe?

HR-Entscheider (Teamleiter, Abteilungsleiter, Bereichsleiter, Geschäftsführer, Vorstände)

Methodik?

Online-Umfrage

Stichprobe?

n = 477 Entscheider (Personal, Marketing, Controlling etc.)

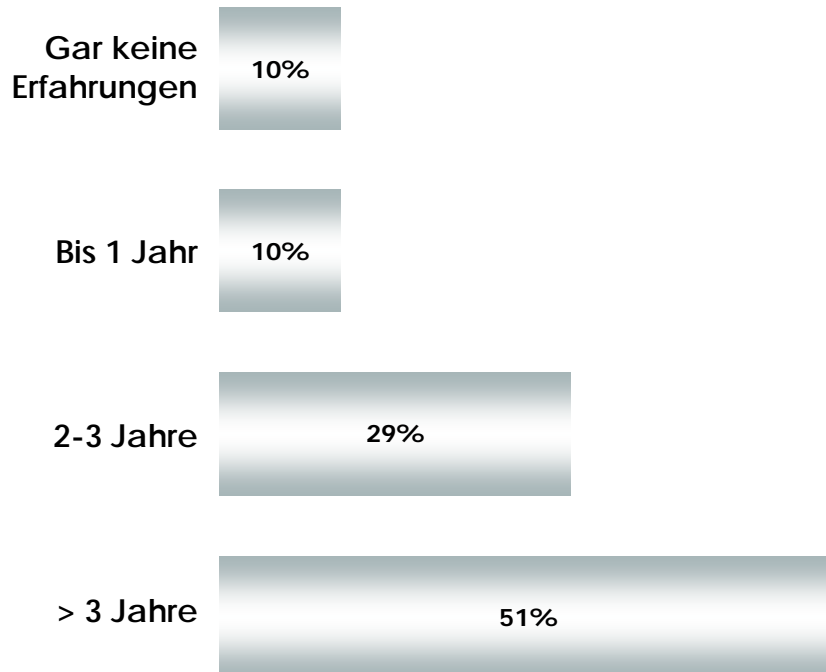


Die zentralen Ergebnisse der Studie

- (1) Nutzung von Social Media
- (2) Enterprise 2.0 ... HOT-or-NOT
- (3) Erfolgsfaktoren Enterprise 2.0



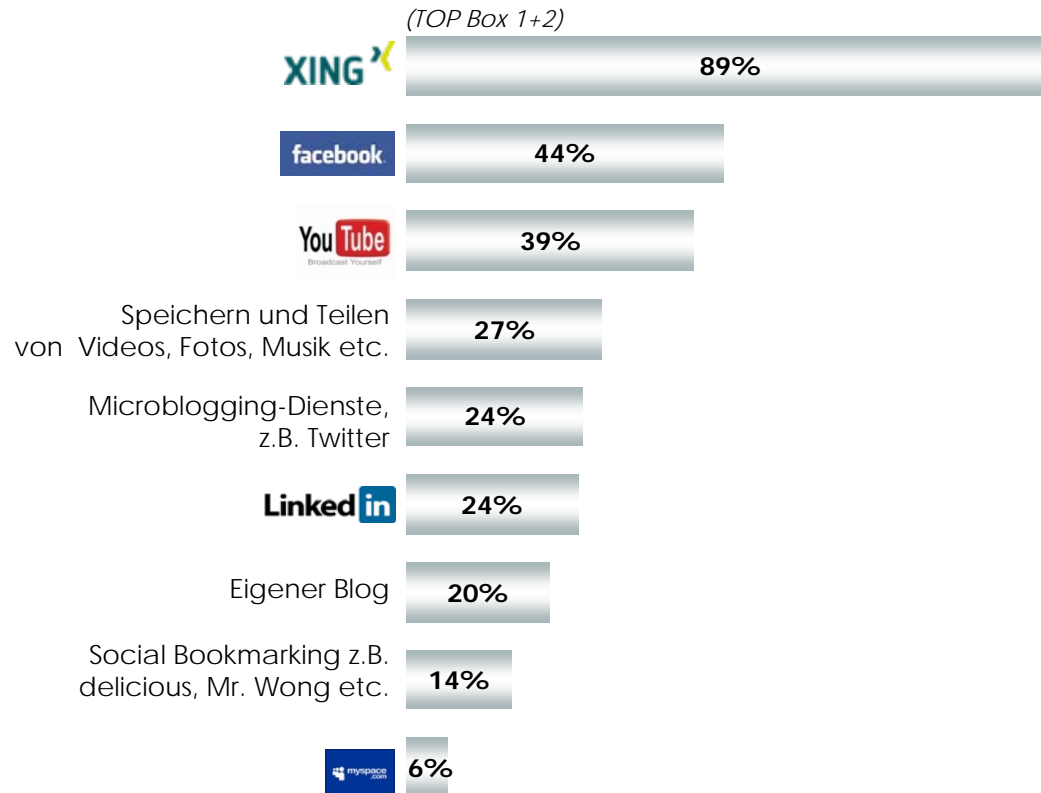
Wie viele Jahre Erfahrungen haben Sie mit der aktiven, d.h. regelmäßigen Nutzung von Social Media-Anwendungen sowohl privat als auch geschäftlich?



Social Media Anwendungen werden von der Mehrheit bereits **langjährig** sowohl privat als auch geschäftlich **aktiv** genutzt!

Jeder zweite gibt an, mehr als drei Jahre Erfahrung mit Web 2.0 Plattformen zu haben.

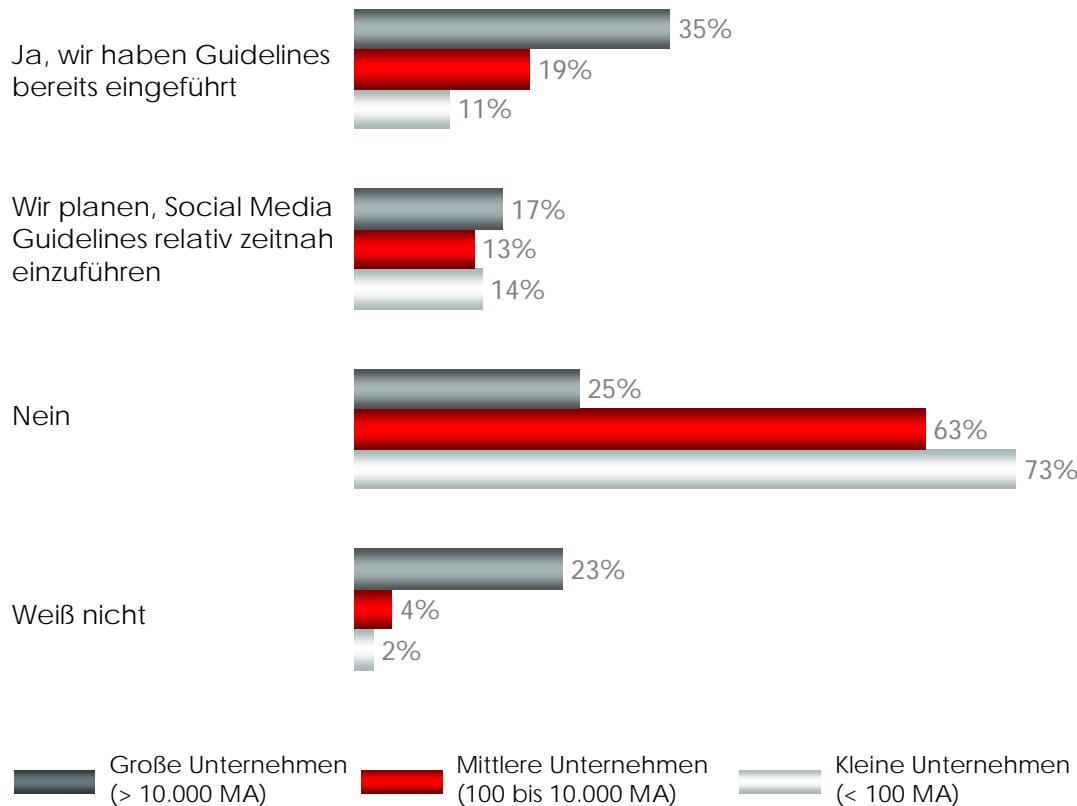
Wie häufig nutzen Sie die aufgeführten Social Media- bzw. Web 2.0 Anwendungen privat bzw. geschäftlich? (1= Regelmäßig... 7= Nie)



Social Media Anwendungen werden zu 47% **geschäftlich** genutzt.

Dabei rangiert **Xing** als Business Netzwerk mit Abstand auf Platz 1 der am häufigsten genutzten Social Media Plattformen!

Gibt es in Ihrem Unternehmen offizielle Social Media-Guidelines, die den Umgang der Mitarbeiter mit dem Social Web regeln?

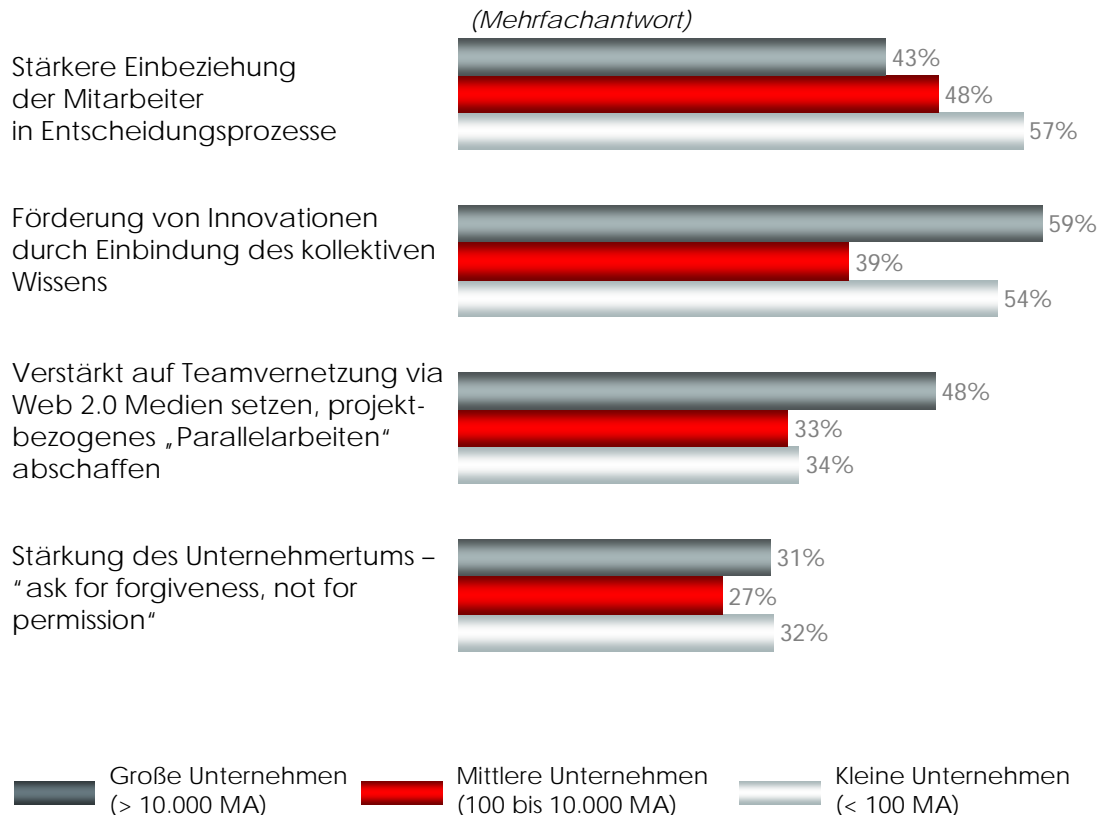


Weit mehr als ein Drittel der Konzerne haben bereits Richtlinien für den Umgang mit Social Media eingeführt und immerhin 17% planen relativ zeitnah diesbezüglich aktiv zu werden!

Das Thema bleibt bis dato jedoch weitgehend den Konzernen vorbehalten. Mehr als 7 von 10 „kleine Unternehmen“ (< 100 Mitarbeiter) geben an, noch gar nichts in Richtung **Social Media Guidelines** unternommen zu haben.



Welche Methoden wenden Sie im Unternehmen an, um 2.0 Instrumente und Werte zukünftig in Ihren Alltag zu integrieren?

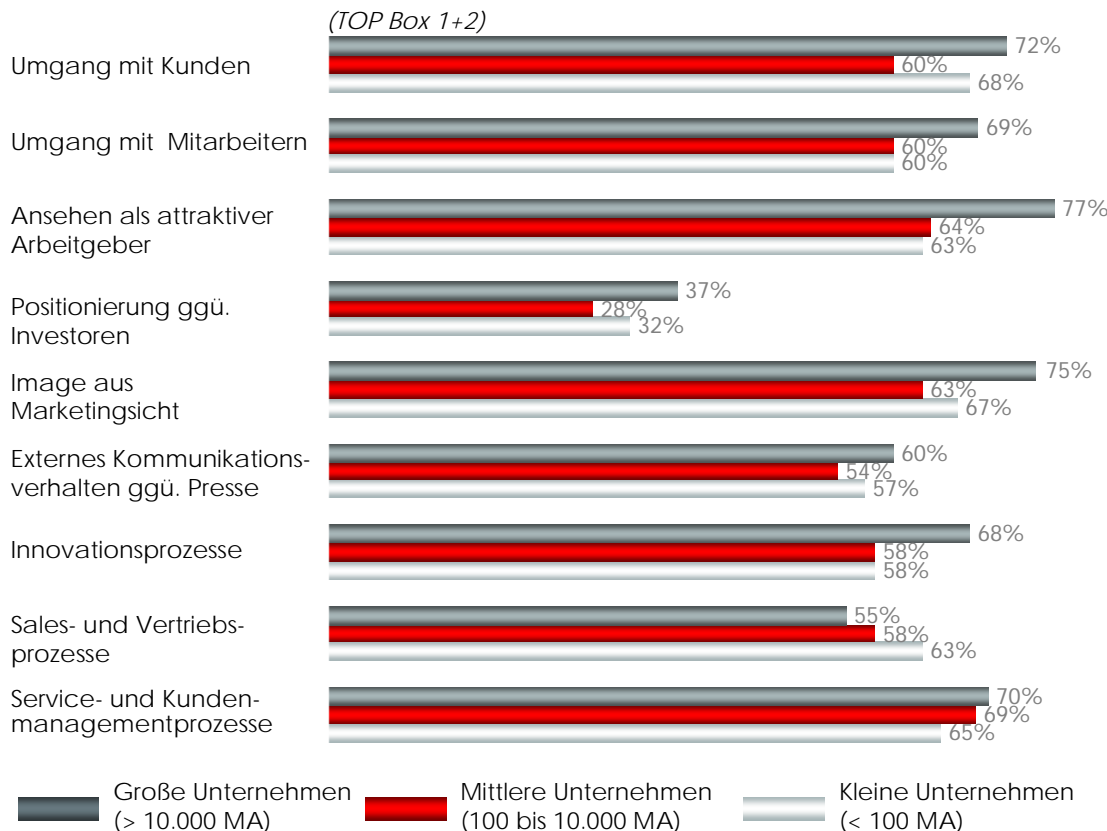


Ein Großteil der Konzerne ist bereits aktiv in punkto Etablierung einer Enterprise 2.0 Kultur bzw. wird zukünftig aktiv werden!

Die TOP 3 Maßnahmen sind die Einbindung des **kollektiven Wissens**, eine verstärkte Teamvernetzung via Web 2.0 Medien sowie eine **stärkere Einbeziehung der Mitarbeiter** bei Entscheidungen.



Wie beurteilen Sie den zukünftigen Nutzen/Marktvorsprung für Ihr Unternehmen im professionellen Umgang mit Web 2.0 Instrumenten hinsichtlich folgender Aspekte? (1= Sehr groß...7= sehr gering)

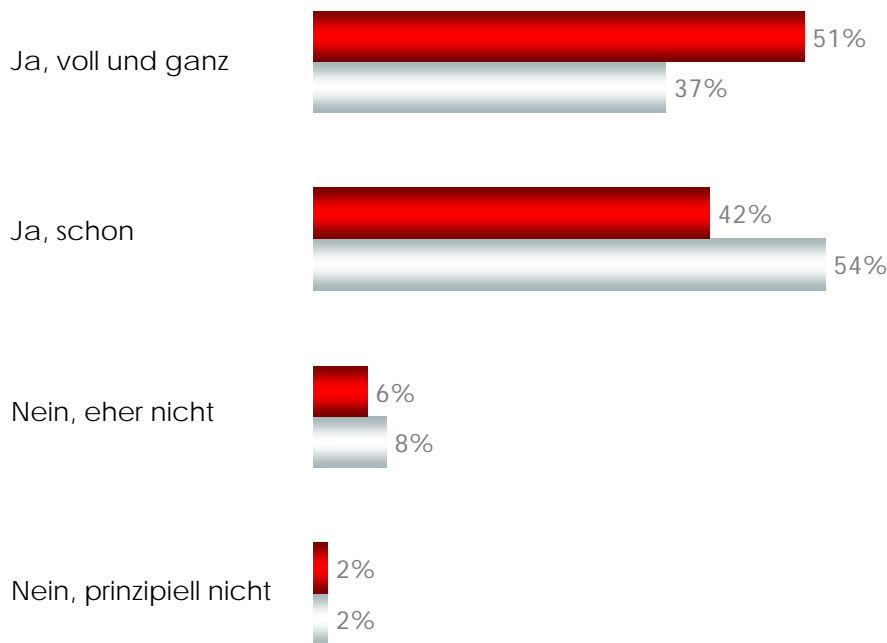


Die Mehrheit der Unternehmen „erahnt“ bereits den Nutzen des professionellen Einsatzes von Web 2.0 Tools.

Der „richtige Umgang“ mit Social Media Instrumenten zählt aus Sicht der Befragten besonders positiv auf das Ansehen des Unternehmens allgemein sowie auf das Image als Arbeitgeber ein. Auch die Kundenkommunikation profitiert davon.



Sind Sie grundsätzlich bereit, Ihr Wissen als Führungskraft zukünftig stärker mit Mitarbeitern und Kollegen, z.B. durch zielgerichtete Online-Vernetzung zu teilen?



„Alle Befragten“ „Personaler“

Rund die Hälfte der befragten Führungskräfte sind ohne Einschränkungen bereit, Ihr Wissen zukünftig intensiver **via Online-Vernetzung kollektiv zu teilen**.

Fast 2 von 3 Entscheider ist durchaus bewusst, dass mit der Generation der „Digital Natives“ ein **signifikanter Wandel in der Kommunikation** stattfindet/ stattfinden muss.



Wie muss sich die Kultur in Ihrem Unternehmen ggf. ändern, um den „Nährboden“ für den Wandel hin zu einem Enterprise 2.0 zu bereiten? Was zeichnet eine „2.0 Unternehmenskultur“ konkret aus?



Um das Thema „Enterprise 2.0“ strategisch nachhaltig in Unternehmen zu platzieren, bedarf es einer gänzlich neuen Kultur bzw. „policy“!

Diese Enterprise 2.0 Kultur verlangt primär die Überwindung von traditionellen Hierarchien und die Bereitschaft, Wissen kollektiv zu teilen in einem „Klima“, das von gegenseitigem **Vertrauen** sowie von **Transparenz** und **Offenheit** geprägt ist.



Management Summary

- ❖ Social Media Anwendungen sind aus dem Berufsalltag nicht mehr wegzudenken!
Xing als „klassisches Business Netzwerk“ rangiert dabei auf Platz 1 der am häufigsten genutzten Social Media Plattformen!
- ❖ Enterprise 2.0 ist ein Trend, der besonders in den kleinen und mittleren Unternehmen noch weitestgehend in den „Kinderschuhen“ steckt, obwohl sich einige Firmen bereits vereinzelt die neuen Kommunikationsformen und Technologie zunutze machen. Von einer nachhaltig abgestimmten Social Media-Strategie sind somit besonders die mittelständischen Unternehmen noch weit entfernt.
- ❖ Enterprise 2.0 hat jedoch ein hohes Entwicklungspotential, da das Wissen der Entscheider und Führungskräfte um den hohen Nutzen (z.B. Imageverbesserung) durchaus vorhanden ist. Außerdem ist die Akzeptanz und Bereitschaft bei den Führungskräften erkennbar, Wissen zukünftig stärker via Online Vernetzung kollektiv zu teilen.
- ❖ Der Wandel hin zu einer Enterprise 2.0 Kultur ist dann erfolgreich, wenn es gelingt, eine offene und transparente Kommunikation, ein hohes Maß an Eigenverantwortung der Mitarbeiter und das kollektive Teilen von Wissen jenseits von Hierarchien mit dem Einsatz der modernen Kommunikationsmittel des Web 2.0 intelligent zu verbinden.





Ihr direkter Kontakt

Dr. Jens Cornelsen

Geschäftsführer

defacto research & consulting GmbH
Am Pestalozziring 1-2
91058 Erlangen
09131 . 772 . 2102
jens.cornelsen@defacto-research.de

Stephan Grabmeier

Leiter Strategic HR Culture Programs

Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn
0228. 181. 72745
stephan.grabmeier@telekom.de



Enterprise 2.0

Ergebnisse der Online-Umfrage
von defacto x GmbH, Deutsche Telekom AG & Selbst GmbH

Juni 2010

Management Report

