Inhaltsverzeichnis

Frank Schönefeld

Praxisleitfaden Enterprise 2.0

Wettbewerbsfähig durch neue Formen der Zusammenarbeit, Kundenbindung und Innovation

ISBN: 978-3-446-41800-4

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

http://www.hanser.de/978-3-446-41800-4

sowie im Buchhandel.

© Carl Hanser Verlag, München
# Inhalt

1 **Das Enterprise 2.0 im digitalen Lebens- und Geschäftsräum** ................................................................. 1  
   1.1 Die Herausbildung des digitalen Lebens- und Geschäftsräumes ........................................................... 2  
   1.2 Die Feinstruktur des digitalen Lebens- und Geschäftsräums ... 3  
   1.3 Phasen und Wirkungsradien in der Entwicklung des Internets ............................................................ 13  
       1.3.1 Das technische Internet .............................................. 14  
       1.3.2 Das Web 1.0 ................................................................ 16  
       1.3.3 Das Web 2.0 ............................................................ 21  
       1.3.4 Ausblick – Web X.0: Das ubiquitäre Internet .......... 27  
   1.4 Zusammenfassung der Entwicklung im Internet und im Web. 28  

2 **Vom Web 2.0 zum Enterprise 2.0** ........................................ 31  
   2.1 Die Pattern des Web 2.0 .......................................................... 32  
   2.2 Web 2.0 und die Folgen für Unternehmen ...................... 35  
       2.2.1 Die Verlagerung der Hoheitsverhältnisse der Unternehmen.......................................................... 35  
       2.2.2 Web 2.0 und neue Geschäftsmodelle ...................... 37  
       2.2.3 Web 2.0 und das Verschwinden der Unternehmensgrenzen ........................................................... 39  
       2.2.4 Digital Natives und Technologiepopularisierung..... 42  
   2.3 Anpassungsnotwendigkeiten für Unternehmen durch Web 2.0 .......................................................... 43  
   2.4 Die Herausbildung des Enterprise-2.0-Begriffs ............... 44  
   2.5 Was es heißt, ein Enterprise 2.0 zu werden ................. 46  
       2.5.1 Veränderung der Interaktionsqualität und Interaktionseffektivität ................................................... 46  
       2.5.2 Die Handlungsfelder des Enterprise 2.0 ................. 47  
       2.5.3 Vom Enterprise 1.0 zum Enterprise 2.0 ............... 51  
   2.6 Auswahl und Struktur der weiteren Themen des Buches ....... 52
3  Soziale Software im Enterprise 2.0 ........................................... 53
  3.1 Eine informale Einführung sozialer Software ...................... 54
  3.2 Einzelbetrachtung der Elemente sozialer Software .......... 56
      3.2.1 Wikis ......................................................... 56
      3.2.2 Blogs ....................................................... 58
      3.2.3 Feeds und Feed Management ........................... 62
      3.2.4 Mashups ................................................. 65
      3.2.5 Social Networks .......................................... 68
      3.2.6 Social Bookmarks ................................. 72
      3.2.7 Tagging und Tags ....................................... 74
      3.2.8 Mikroblogs ............................................. 77
  3.3 Mythen und Wirkkategorien sozialer Software ............... 79
      3.3.1 Mythen sozialer Software ................................ 79
      3.3.2 Wirkkategorien sozialer Software ................... 80
  3.4 Die Wirkprinzipien sozialer Software ............................... 82
  3.5 Eine Definition für soziale Software .................................. 87
  3.6 Soziale Software und das Ende der Hierarchien
      im Enterprise 2.0 .................................................. 88

4  Die Netzwerkeffekte im Enterprise 2.0 ................................. 91
  4.1 Netzwerkeffekte .................................................... 92
      4.1.1 Was sind Netzwerkeffekte? .......................... 92
      4.1.2 Das klassische Verständnis von Netzwerkeffekten ... 94
      4.1.3 Das moderne Verständnis von Netzwerkeffekten ... 98
      4.1.4 Ergebnisse der Forschung für soziale Netzwerke .... 102
  4.2 Web-2.0-Pattern und Netzwerkeffekte ............................... 109
  4.3 Die Gestaltung von Netzwerkeffekten mit sozialer Software... 111

5  Die Wertversprechen des Enterprise 2.0 ............................. 117
  5.1 Wertversprechen, Kundennutzen und Kostenbetrachtungen 118
      5.1.1 Struktur eines Wertversprechens .................... 118
      5.1.2 Istzustand, Ausgangssituation, Kundenproblem .... 118
      5.1.3 Transformation und verbundene Kosten ............. 126
      5.1.4 Zielzustand und Kundenversprechen ................. 128
  5.2 Zusammenfassung der Wertversprechen .............................. 145
      5.2.1 Die Enterprise-2.0-Pattern .......................... 145
### Inhalt

5.2.2 Quantitative und qualitative Darstellung der Wertversprechen ....................................................... 146
5.2.3 Gefährdungen der Wertversprechen ........................ 149
5.3 Zwischenfazit zur Halbzeit ........................................................ 149

6 Der Status quo von Enterprise 2.0 ....................................... 153
6.1 Technologieadoption oder Paradigmenwechsel und ihre Begründbarkeit ................................................................. 154
6.2 Ergebnisse aus Fallstudien zum Enterprise 2.0 ................. 155
6.2.1 Einführungsmodelle für Enterprise 2.0 .................. 156
6.2.2 Anwendungsfälle und Geschäftsprozesse für Enterprise 2.0 ................................................................. 158
6.2.3 Unternehmensführung mit Enterprise 2.0 ................ 161
6.2.4 Häufigkeit der Elemente sozialer Software in der Anwendung im Unternehmen .................................. 167
6.3 Was zu tun bleibt ................................................................ 169
6.3.1 Handlungsoptionen, ein Enterprise 2.0 zu werden .. 171
6.3.2 Die Blueprints des Enterprise 2.0 ......................... 171

7 Eine Referenzarchitektur für das Enterprise 2.0 .......... 175
7.1 Referenzarchitekturen ............................................................... 176
7.2 Entwicklung der Referenzarchitektur ............................... 177
7.2.1 Ursprünge der Referenzarchitektur – SLATES und FLATNESSES ...................................................... 177
7.2.2 Bausteine und Bauherren der Referenzarchitektur .. 178
7.2.3 Die Schichten der Referenzarchitektur ................. 184
7.2.4 Die Referenzarchitektur im Kontext anderer Systeme ........................................................................... 187
7.3 Einbettung der Referenzarchitektur in die Organisation .... 188
7.3.1 Ein allgemeines Einbettungskonzept ...................... 188
7.3.2 Technische Einbettung – das Architecture Integration Layer ............................................................... 189
7.3.3 Organisatorische Einbettung – das QS-Layer und das Governance Layer ........................................... 193
7.4 Das soziale Intranet und Internet ............................................. 195
7.5 Szenarien für die Einführung der Referenzarchitektur ........ 199
8 Ein Reifegradmodell für das Enterprise 2.0 ...................... 203
8.1 Reifegradmodelle .............................................................. 204
8.2 Entwicklungsdimensionen und Reifegrade des Enterprise 2.0 208
  8.2.1 Entwicklungsdimensionen des Enterprise 2.0 .......... 208
  8.2.2 Die Reifegrade des Enterprise 2.0 ......................... 211
8.3 Zusammenfassung der Reifegrade ................................... 217
8.4 Das Reifegradmodell in verschiedenen Fachabteilungen ...... 220
8.5 Fazit .................................................................................. 225

9 Ein Vorgehensmodell zur Etablierung
  von Enterprise 2.0 ............................................................. 227
9.1 Vorgehensmodelle .............................................................. 228
9.2 Vorgehensmodell Enterprise 2.0 ........................................ 229
  9.2.1 Das Vorgehensmodell im Überblick....................... 229
  9.2.2 Die Phasen des Vorgehensmodells ..................... 231
9.3 Anwendung des Vorgehensmodells Enterprise 2.0 .......... 239
9.4 Fazit des Buches ............................................................... 245

Anhang .................................................................................. 247
Abkürzungen ........................................................................ 261
Glossar ................................................................................. 265
Literatur .................................................................................. 283
Der Autor ................................................................................ 293