

### Einführung von Jive am Beispiel der Valyue Consulting GmbH

*Sebastian Epting*

Die Valyue Consulting GmbH ist ein Dienstleistungsunternehmen, welches auf Embedded Systeme, Applikationsentwicklung, Client/Server-Systeme und Webtechnologien spezialisiert ist. Die Fallstudie zeigt am Beispiel der Vertriebsabteilung, wie eine Steigerung der Produktivität durch den Einsatz von Jive als Social Collaboration Plattform erreicht wurde. Ziel des Unternehmens war es, durch die Einführung der sogenannten „Lyke“ Plattform die standortübergreifende Kollaboration der verschiedenen Standorte zu verbessern. Die Fallstudie liefert zudem einen Überblick über Lessons Learned, welche sich bei der Einführung herauskristallisiert haben.

Folgende Personen waren an der Bearbeitung dieser Fallstudie beteiligt:

<b>Ansprechpartner</b>	<b>Funktion</b>	<b>Unternehmen</b>	<b>Rolle</b>
Sebastian Epting	Wissenschaftliche Hilfskraft / Student	Universität Stuttgart	Autor
André Oksas	Geschäftsführer	Valyue Consulting GmbH	User
Nikolaus Zellerer	Vertrieb	Valyue Consulting GmbH	User
Rainer Atzenhöfer	Vertrieb	Valyue Consulting GmbH	User

Tab. 1: Mitarbeitende der Fallstudie

### **Dokumentation und Datenerhebung**

Die Erhebung und Ausarbeitung der verwendeten Daten erfolgte innerhalb der beschriebenen Lyke Plattform sowie durch persönliche Meetings am Hauptsitz der Valyue Consulting GmbH in München. Das Fallstudienraster der Universität St.Gallen diente als Leitfaden für die Erstellung der Fallstudie. Die Daten wurden durch die genannten Personen überprüft und angepasst. Im Zeitraum von Juli bis August 2014 erfolgte die Ausarbeitung der Fallstudie.

### **Kurzprofil des Autors**

**Sebastian Epting** ([sebastian.epting@web.de](mailto:sebastian.epting@web.de))

Sebastian Epting ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der Abteilung II für Allgemeine BWL und Organisation der Universität Stuttgart sowie Student der technisch orientierten Betriebswirtschaft der Universität Stuttgart. Die Erstellung der Fallstudie diente als Projektstudie im Rahmen des Studiums.

### **Das Unternehmen**

Die Valyue Consulting GmbH – im Folgenden Valyue genannt – ist ein im Jahr 2007 gegründetes Dienstleistungsunternehmen. Das Unternehmen bietet hochwertige R&D Dienstleistungen über den gesamten Entwicklungsprozess. Hierzu zählen unter anderem Technologie- und Prozessberatung, Software- und Systementwicklung sowie Systemintegration. Als Experte auf dem Gebiet der Soft- und Hardwareentwicklung für technische Systeme hat sich Valyue vor allem auf die Bereiche Embedded Systeme, Applikationsentwicklung, Client/Server-Systeme und Webtechnologien spezialisiert.

Valyue kann auf eine langfristige und projektbasierte Zusammenarbeit mit erfolgreichen, weltweit operierenden Unternehmen zurückblicken. Die Valyue-Projektteams setzen sich aus Ingenieuren, Informatikern, Physikern und Mathematikern zusammen, die als Wissensarbeiter Kreativität, innovatives Denken und Erfahrung einbringen. Durch die kontinuierliche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen der Mitarbeiter sichert Valyue seinen langfristigen Erfolg.

Als Dienstleistungsunternehmen, welches auf die Entwicklung technischer Systeme spezialisiert ist, haben die internen IT-Systeme und deren ständige Weiterentwicklung durch technische Neuheiten schon von Beginn an einen hohen Stellenwert bei Valyue eingenommen.

Neben dem Hauptsitz in München bestehen Niederlassungen in Stuttgart und Überlingen. Da ein Großteil der R&D Projekte unmittelbar vor Ort beim Kunden realisiert wird, kommen zu den Standorten von Valyue noch mehrere Projektstandorte hinzu, auf die die Belegschaft während der Kernzeit für diese Projekte verteilt ist. Dies verschärft das Problem der standortübergreifenden Zusammenarbeit, da zusätzlicher Reiseaufwand für die Mitarbeiter entsteht, wenn neben der Arbeit beim Kunden zusätzlich Termine in den Niederlassungen wahrgenommen werden müssen. Bedingt durch diese räumliche Trennung war die standort- und bereichsübergreifende Zusammenarbeit, beispielsweise auf dem Gebiet des Wissensmanagements, bislang nur mit hohem Aufwand mittels synchroner Kommunikation durch Meetings oder Telefonkonferenzen zu realisieren.

Da das Wissen der Fachexperten ein hohes Gut für jedes Dienstleistungsunternehmen darstellt, suchte Valyue in den letzten Jahren aktiv nach Lösungen, die standortübergreifende Zusammenarbeit noch produktiver zu gestalten. So entstand zum Beispiel beim Wissensmanagement das Ziel, das Wissen des Unternehmens als Summe der Projekterfahrungen sowie des Wissens aller Mitarbeiter ortsunabhängig für jeden Mitarbeiter transparent zu machen. Darüber hinaus soll dieser Wissensstand stetig mit den Veränderungen wachsen und somit jederzeit den aktuellen Wissensstand widerspiegeln.

Social Media bedeutet im Wesentlichen, dass Menschen online Gespräche über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg führen können.<sup>1</sup> Darin sah Valyue durch die Einführung einer Social

---

<sup>1</sup> Vgl. Back, A., Heidecke, F. (2009), S. 4.

Collaboration Plattform die Chance, die interne Unternehmenskommunikation und das Wissensmanagement standortübergreifend noch besser zu unterstützen.

### **Ausgangslage**

Die Ziele, weshalb Unternehmen Social Collaboration einführen möchten, sind vielfältig und von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich. Einer Studie von Petry zufolge ist für 89% der befragten Unternehmen die Verbesserung der internen Kommunikation und der Zusammenarbeit der Mitarbeiter das meistgenannte Ziel von Enterprise 2.0 Implementierungen. Zudem ist das Externalisieren von Wissen ein großes Thema für die befragten Unternehmen. 62% nannten das Verfügbarmachen von implizitem Wissen und 53% die Verbesserung der Speicherung von Wissen als Ziel.<sup>2</sup> Die meistgenutzten Web 2.0 Technologien sind einer Umfrage der Centrestage GmbH zufolge Wikis, Blogs und Communities. Jedes Dritte Unternehmen nutzt zudem Social Bookmarking Dienste, Podcasts oder Videosharing.<sup>3</sup>

Im betrachteten Fall von Valyue standen die Verbesserung der Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Unternehmensstandorten sowie das Wissensmanagement im Vordergrund. Der ausschlaggebende Punkt für die Entscheidung, auf eine Social Collaboration Plattform umzusteigen, war ein Gespräch zwischen Herrn Oksas und dem Geschäftsführer der Devoteam GmbH, die als international tätiges Dienstleistungsunternehmen vor ähnlichen Herausforderungen stand und mit der Plattform Jive bereits gute Erfahrungen gemacht hatte. Die Vorführung von Jive, zusammen mit den positiven Erfahrungen, waren die Auslöser, sich verstärkt mit dem Thema Social Media zu beschäftigen. Die im Zuge dessen ins Leben gerufene interne Arbeitsgruppe stieß bei ihrer Arbeit auf drei Grundlagen von Social Collaboration, aus denen sich die Eignung dieser Technologie zur Erreichung der gesetzten Ziele im eigenen Unternehmen ergibt.

Die erste Grundlage bilden die Studienarbeiten von Prof. Mark Granovetter über die Stärken von schwachen Bindungen („The Strengths of Weak Ties“), die ihren Anfang in der Untersuchung zur Bedeutung sozialer Netzwerke bei der Berufsfindung bereits im Jahre 1974 fand. Granovetter stellt auf Basis der empirischen Untersuchung „How to get a Job?“ fest, dass die entscheidenden Informationen für einen neuen Arbeitsplatz der Befragten oftmals nicht aus dem Kreis der engen Freunde oder Verwandten – der sogenannten Strong Ties –, sondern über deren Drittkontakte – den sogenannten Weak Ties – kamen. Durch weitere Studien entwickelte Granovetter das Paradoxon, dass eben diese emotional und existentiell schwachen Bindungen die informationstheoretisch starken Bindungen sind und umgekehrt.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Vgl. Petry, T. (2013), S. 11.

<sup>3</sup> Vgl. Göhring, M., Niemeier J., Vujnovic, M. (2010), S. 15.

<sup>4</sup> Vgl. Granovetter, M. (1983), S. 202 ff.

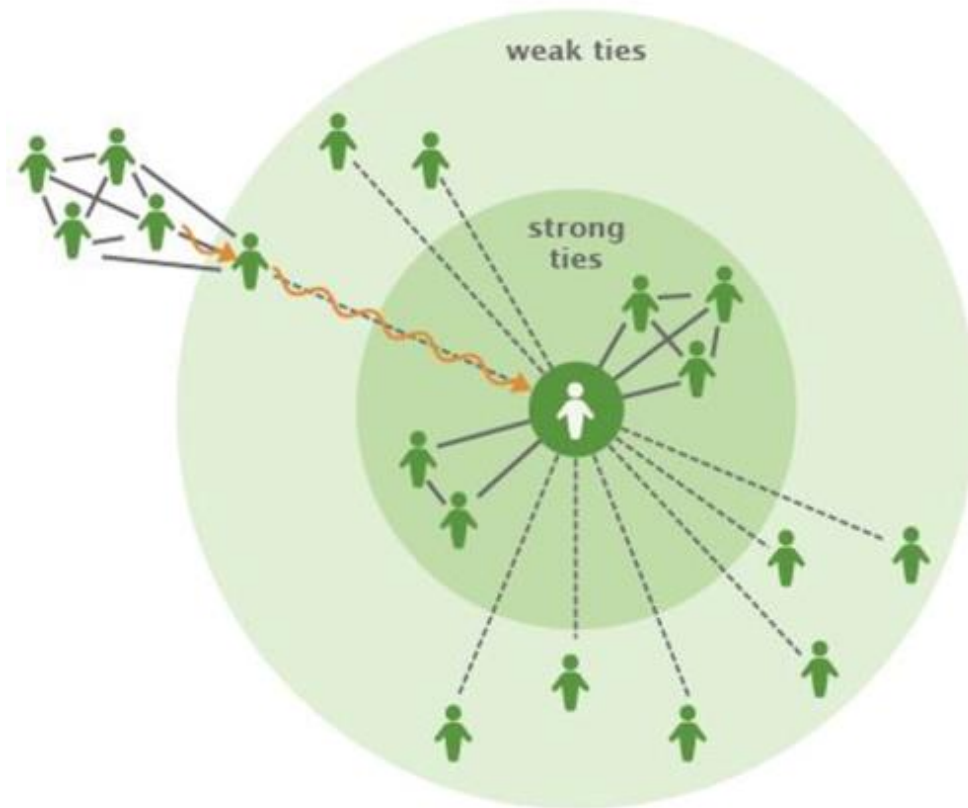


Abb. 1: *The Strength of Weak Ties*<sup>5</sup>

Die Grafik illustriert, dass Menschen hauptsächlich in Gruppen von starken Bindungen interagieren und dass Informationen aus anderen Gruppen für gewöhnlich seltener in die eigene Gruppe gelangen.

Jedoch sind es gerade Informationen aus den anderen Gruppen, welche sich als hilfreich erweisen. Auf die Kommunikation innerhalb von Unternehmen übertragen bedeutet dies, dass der entscheidende Impuls zur Lösung eines Problems innerhalb einer Arbeitsgruppe oft nicht aus dieser Arbeitsgruppe selbst kommt. In vielen Fällen bedarf es einer Anregung aus dem weiteren Umfeld dieser Arbeitsgruppe, also beispielsweise von Mitarbeitern eines anderen Standortes oder Bereiches. Bei Social Collaboration geht es vor allem um die Erschließung dieser schwachen Bindungen für die Arbeitsprozesse und der damit einhergehenden Steigerung der Produktivität dieser Prozesse.

Die zweite Grundlage, die für die Nutzung von Social Collaboration innerhalb eines Unternehmens wichtig ist, stellt eine Aufweichung des Pareto-Effekts dar. In Netzwerken ist die Aufmerksamkeit paretoverteilt, so dass 20% der medialen Inputs 80% der Aufmerksamkeit bekommen, während die restlichen 80% des Inputs sich auf den Long Tail verteilen und nur 20% der Aufmerksamkeit bekommen.

---

<sup>5</sup> Vgl. Batistich, M. (2012).

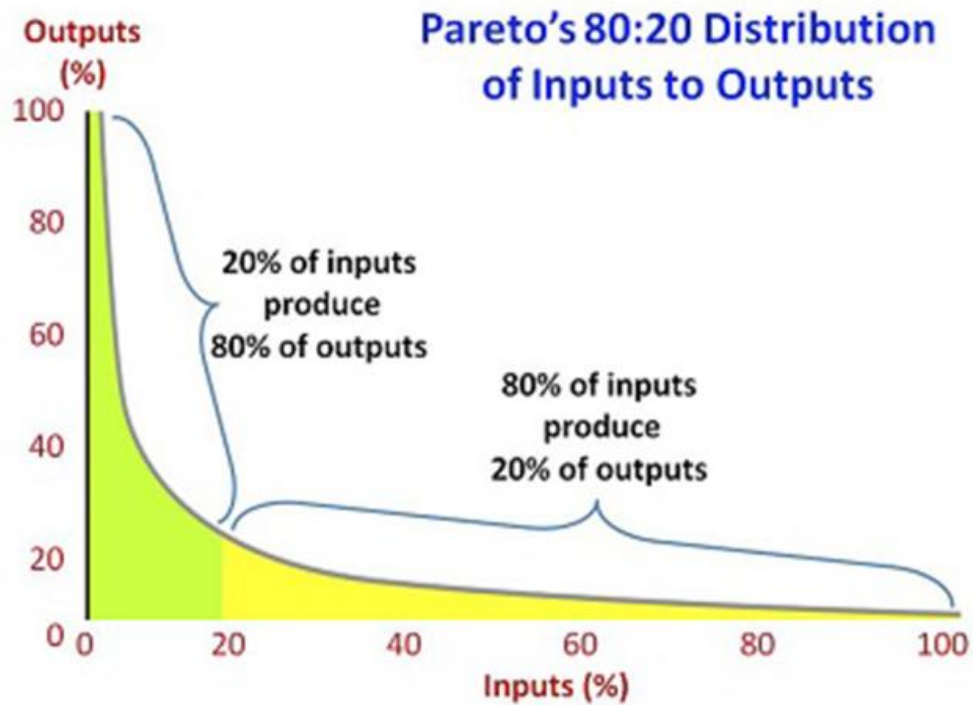


Abb. 2: Pareto-Verteilung<sup>6</sup>

Auf Unternehmen übertragen zeigt sich, dass das Management aller Ebenen, sowie kommunikationsstarke Kollegen den Großteil der Aufmerksamkeit für sich beanspruchen. Jedoch verbergen sich neue Lösungsansätze oft auch gerade im Long Tail. Durch die Digitalisierung können diese Informationen im Long Tail produktiver erschlossen und genutzt werden.

Die dritte Grundlage bildet das Web 2.0 und das Aufkommen sogenannter Proumenten. Einem Kofferwort, zusammengesetzt aus dem klassischen Konsumenten von Webinhalten und den Produzenten von neuen Inhalten. Aus den bisherigen passiven Lesern von Online-Artikeln entwickeln sich Autoren von Wikis oder Blogs, die gemeinsam das Intranet 2.0 weiterentwickeln und auf dem neuesten Stand halten.

Aus diesen drei Grundlagen der Social Collaboration ergibt sich das große Potential der unternehmensinternen Nutzung.

### Erwarteter Nutzen

Valyue hat sich auf Grundlage der beschriebenen Potentiale bei der Einführung dieser Social Collaboration Plattform in die Unternehmenskommunikation folgenden Ziele gesetzt:

<sup>6</sup> Vgl. Oksas, A. (2012), S. 2.

### 1. *Einfacherer Zugang zu Information und Kommunikation*

Zum reinen geografischen Abstand zwischen den Unternehmens- und Projektstandorten kommt hinzu, dass viele Mitarbeiter bislang von außerhalb des Firmennetzes keinen Zugriff auf interne Informationen hatten, da dieser einen entsprechend konfigurierten Firmen-PC inklusive VPN-Verbindung voraussetzt. Die Zielsetzung entsprach hierbei dem Motto „Information at Your Fingertips, Anywhere, Anytime“.

### 2. *Weiterentwicklung der Unternehmenskultur in Richtung Offenheit und Transparenz*

Die harmonische Weiterentwicklung der Unternehmenskultur an allen Standorten war eines der Hauptziele der Einführung von Social Collaboration. Entscheidungen sollten transparenter getroffen und auch kommuniziert werden können. Darüber hinaus sollten mittels Lyke-Umfragen Abstimmungen zu relevanten Themen unter allen Mitarbeitern zeitnah und anonym möglich sein.

### 3. *Vernetzung über Standortgrenzen hinweg*

Hier standen zwei Ziele im Vordergrund. Zum einen soll das Vernetzen von Informationen zu einem Zugewinn an Wissen, zum anderen die Vernetzung von Mitarbeitern auch über Standortgrenzen hinweg zu neuen Beziehungen zwischen den Mitarbeitern führen.

### 4. *Implizite Kartographierung des Unternehmenswissens*

„Wer weiß was in Valyue?“ war seit Unternehmensgründung eine der zentralen Fragen. So bestand ein Ziel in der Einführung von „Gelben Seiten“, die das Know-how eines jeden Mitarbeiters für alle anderen Kollegen verschlagwortet. Darüber hinaus sollte mit Hilfe einer Projektlandkarte das in den Projekten vorhandene Wissen greifbar gemacht werden.

### 5. *Produktiveres gemeinsames Erarbeiten von Inhalten*

Das gemeinsame Erstellen von Inhalten über zeitliche und örtliche Grenzen hinweg war eines der wesentlichen Ziele bei der Nutzung der technologischen Möglichkeiten von Lyke. Basierend auf dem integrierten Lyke-Versionsmanagement können mehrere Bearbeiter asynchron an einem gemeinsamen Dokument deutlich produktiver als zuvor arbeiten.

## **Der Vertriebsprozess bei Valyue**

Da Valyue als R&D Dienstleistungsunternehmen schnell auf ständig komplexer werdende Kundenanfragen und Markttrends reagieren muss, treten durch den Einsatz der Social Collaboration vor allem im kommunikationsintensiven Vertriebsbereich starke Nutzeffekte auf.

Lyke unterstützt dabei alle Phasen des unternehmensinternen und standortübergreifenden Vertriebsprozesses.

Bereits bei der Entstehung eines neuen Leads durch eine erste, noch unspezifizierte Kundenanfrage oder eines sonstigen Marktimpuls, werden alle Informationen in der zulassungsbeschränkten Sales-Gruppe geteilt, um mit dem erweiterten Vertriebsteam die Umsetzungsmöglichkeiten zu diskutieren. Da die Mitarbeiter des Vertriebs oft bei Kunden und Interessenten vor Ort unterwegs sind, zeigen sich hier die durch Social Collaboration generierten Vorteile der asynchronen und ortsunabhängigen Arbeitsweise am deutlichsten.

Die dadurch bereits intern diskutierten und abgestimmten Leads werden dann im weiteren Verlauf des Vertriebsprozesses gegebenenfalls in detaillierte, definierte Opportunities überführt, die in Lyke als Projekte und Dokumente abgebildet sind. Innerhalb eines Opportunity-Projektes werden deren Änderungen und Entwicklungen in Form von Status-Dokumenten festgehalten. Diese dienen als Grundlage für die Erstellung konkreter Angebotsdokumente, welche erst in Lyke hochgeladen und anschließend von den verantwortlichen Mitarbeitern überprüft und freigegeben werden. Neue Beiträge sowie Abänderungen eines Dokuments führen zu einer Benachrichtigung bei den Gruppenmitgliedern über einen Activity Stream.

Da eine große Anzahl vielfältiger, parallel zu bearbeitender Opportunities in jeweils unterschiedlichen Phasen des Vertriebsprozesses bearbeitet wird, führt die ortsunabhängige Kollaboration zu einer deutlich gestiegenen Produktivität. Hierbei hat sich die feine Granularität – pro Opportunity ein definiertes Status-Dokument – bewährt. Dadurch wird eine Verbesserung der Übersichtlichkeit im Activity Stream jedes beteiligten Kollegen gewährleistet.

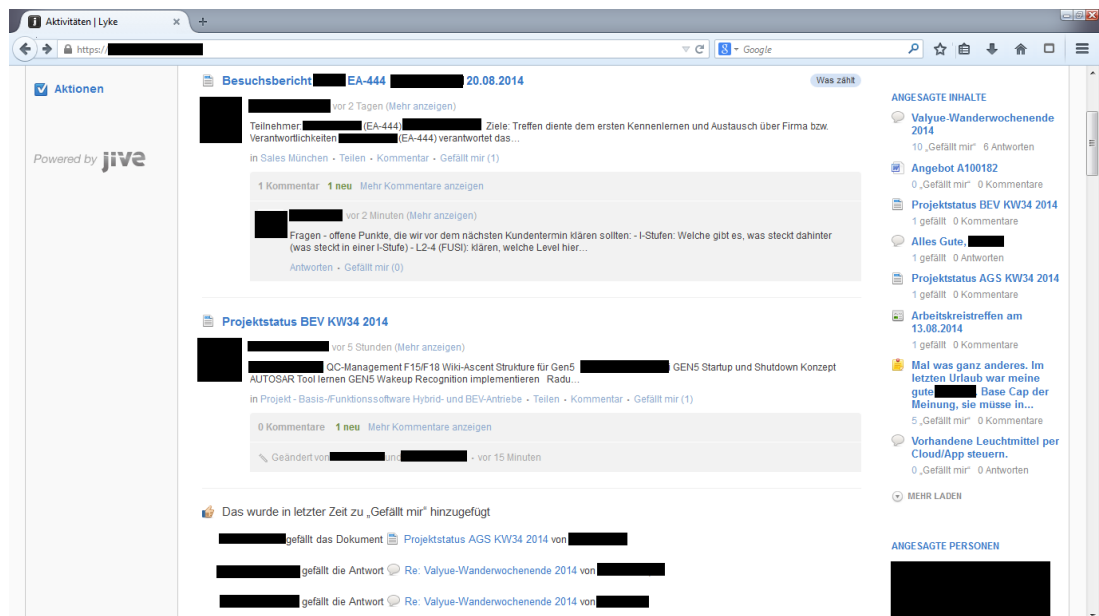


Abb. 3: Übersicht Activity Stream<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Valyue (2014).

Änderungen oder Erweiterungen werden im Activity Stream angezeigt, so dass Informationen den Empfänger unmittelbar erreichen. Diese Art der feingranularen Informationsweitergabe in Echtzeit war bei der klassischen Dokumentation mit Excel-Tabellen nicht möglich.

Über Lyke hinaus ergänzt weiterhin eine wöchentliche Regelkommunikation in Form eines Meetings oder einer Telefonkonferenz unter allen Vertriebsmitarbeitern die Zusammenarbeit. Aber auch diese Regelkommunikation wird mit Hilfe von Lyke vorbereitet, durchgeführt und protokolliert. In einer übersichtlichen Tabelle werden alle Leads und Opportunities mit den Links auf die entsprechenden Dokumente dargestellt und gefasste Beschlüsse und Aktionen direkt in der Tabelle dokumentiert. Auf diese Weise erhält jeder vertriebsnahe Mitarbeiter bereits während dem Meeting oder der Telefonkonferenz ein in Echtzeit erstelltes und von allen Beteiligten bestätigtes Besprechungsprotokoll, in dem die individuellen Aufgaben und Aktionspunkte dokumentiert sind.

Durch den Einsatz von Lyke ist die Regelkommunikation deutlich produktiver geworden, denn jeder Kollege ist über alle Vorgänge bereits durch die Benachrichtigungen über den Activity Stream vorab informiert. Der Vorteil dabei ist, dass innerhalb der Regelkommunikation komplexe Lösungen für Opportunities erarbeitet werden können und keine Ablenkung durch Routineaufgaben entsteht.

Die Abbildung des kompletten Vertriebsprozesses vom Lead bis zum Angebot in Lyke ermöglicht zu jeder Zeit transparent und prozesskonform den Zugriff auf relevante Inhalte. Die Verlinkung von Dokumenten und Projekten mit Beschlüssen und Aktionen sorgt für einen strukturierten Ablauf und dafür, dass an keiner Stelle entscheidende Informationen verloren gehen. Entscheidungsrelevante Inhalte stehen sowohl für Vertriebsmitarbeiter als auch für das Management in beliebiger Granularität zur Verfügung.

Darüber hinaus ist Lyke im aktiven Vertriebsprozess als unterstützendes Informationssystem bei der Kundenkommunikation und dem Kundenmanagement eingebunden. Kundenbesuche oder Telefonanrufe werden in einem Lyke-Dokument vorbereitet, erhaltene Informationen oder gefasste Beschlüsse werden in diesem dokumentiert und in Echtzeit an die Kollegen kommuniziert. Dies geschieht im Vergleich zu herkömmlichen E-Mail-Verteilerlisten ohne zusätzlichen Aufwand für die Selektion relevanter Ansprechpartner, den Dokumentenabgleich oder die Informationsübertragung in ein paralleles Kommunikationssystem.

Vertriebsmitarbeiter Herr Zellerer beschreibt seinen Nutzen durch Lyke wie folgt: „Bei der Vorbereitung konkreter Kundenbesuche nutze ich die Möglichkeiten, die mir Lyke bietet, gern. Eine Agenda, wichtige Verweise auf Kundendokumente oder in der Vergangenheit getroffene Absprachen kann ich so vor meinem Besuch übersichtlich und strukturiert in einem jederzeit aktuellen Dokument vorbereiten. Auch die erzielten Erfolge bzw. getroffenen Vereinbarungen sind nach meinem Kundenbesuch schnell im Dokument eingepflegt. Dies erhöht die



Transparenz gegenüber Kunden und Kollegen und sorgt für besseres Verständnis der Kundenwünsche sowie für nachhaltige Kundenbindung.“<sup>8</sup>

Durch diese Social Collaboration Methodik sind alle vertriebsnahen Mitarbeiter ständig auf dem neuesten Stand aller laufenden Leads und Opportunities. Vor dem Einsatz von Lyke erfolgte der Informationsabgleich über Meetings oder E-Mail. In diesem Use-Case ist die kontextorientierte, asynchrone und ortsunabhängige Kommunikation den klassischen Formen deutlich überlegen. Dadurch entsteht eine höhere Produktivität, indem mehr Leads und Opportunities in derselben Zeit parallel bearbeitet werden können.

Herr Atzenhöfer fasst dies wie folgt zusammen: „Dieser Informationsaustausch über den Stand der Vertriebsaktivitäten stellt einen wesentlichen Gesichtspunkt für die Einführung dieses Tools dar. Für die Anschaffung von Jive spricht die Möglichkeit, unternehmensweit Informationen auszutauschen.“<sup>9</sup>

Auch die Überführung eines mit einer konkreten Beauftragung seitens des Kunden abgeschlossenen Vertriebsprozesses in die Leistungserbringung wird mittels Lyke unterstützt, wodurch der verantwortliche Account Manager in den Controlling-Prozess involviert wird. Neben den genannten Vorteilen sind für die Account Manager Herr Atzenhöfer und Herr Zellerer die wichtigsten Vorteile gegenüber konventionellen Vorgehensweisen, dass sie durch Lyke mit einem einzigen Tool direkt Informationen erhalten, wobei sie durch die Übersichtlichkeit und Strukturiertheit effektiv Arbeitszeit einsparen können. Da sie über mobile Endgeräte ständig Zugriff auf alle Dokumente besitzen, können Sie Anmerkungen oder Ideen von überall einstellen, ohne dass Ideen verloren gehen.<sup>10</sup>

Für Herr Zellerer ist die Plattform „eine Wissensbasis, welche den Zugriff auf alle Projekte beinhaltet“<sup>11</sup>. Das einfache Auffinden von erfolgreich abgeschlossenen Projekten als Bezug für ähnliche Projekte stellt einen weiteren wichtigen Aspekt von Lyke dar. Um diese Informationen finden zu können, ist es für das gesamte Vertriebsteam von großem Vorteil, die Datenquellen innerhalb einer Plattform gesammelt zu haben und nicht auf mehreren Datenträgern verteilt suchen zu müssen.

### **Lyke als Intranet 2.0**

Über den detailliert beschriebenen Vertriebsprozess hinaus fungiert Lyke für alle Mitarbeiter als zentrale und standortübergreifende Informations- und Kommunikationsplattform. Die vielen Bereiche und Gruppen zur Abbildung der verschiedenen Themen sind in Lyke für jeden Mitarbeiter offene Gruppen. Somit stellt Lyke unter anderem auch eine Schnittstelle für das Unternehmenswissen beim Vertriebsprozess dar. Werden beispielsweise in einer spezifischen

---

<sup>8</sup> Beitrag von N. Zellerer am 06.08.2014 in Lyke.

<sup>9</sup> Beitrag von R. Atzenhöfer am 12.08.2014 in Lyke.

<sup>10</sup> Beitrag von N. Zellerer und R. Atzenhöfer am 12.08.2014 in Lyke.

<sup>11</sup> Beitrag von N. Zellerer am 06.08.2014 in Lyke.

Fachgruppe zum Thema des Automotive-Standards Autosar die neuesten Entwicklungen des Standards, der Prozesse oder aktuelle Werkzeuge diskutiert, kann der Account Manager auf alle Informationen zugreifen, den Bezug zu seinen Leads und Opportunities herstellen und fachliche Unterstützung durch den entsprechenden Experten organisieren.

Über diese themenspezifischen Gruppen beschreibt jeder Mitarbeiter sein individuelles Fachwissen in seinem persönlichen Lyke-Profil. So kann der Account Manager beispielsweise alle Kollegen mit Autosar-Know-how identifizieren und unterstützend in seine Arbeit einbinden.

### **Nutzenbewertung**

Durch die Einführung von Lyke ergab sich für Valyue eine Reihe von Vorteilen. Einer der wichtigsten Faktoren ist dabei eine höhere Produktivität, wie mit dieser Fallstudie exemplarisch am Vertriebsprozess dargestellt wird. Durch den Einsatz der Social Collaboration Plattform kann eine größere Menge an Informationen überblickt werden. Für den Vertrieb bedeutet dies, dass zeitgleich und mit wenig Mehraufwand deutlich mehr Opportunities abgearbeitet werden können.

Da die Projekte der Valyue-Mitarbeiter teilweise vor Ort beim Kunden umgesetzt werden und damit die Mitarbeiter über mehrere Orte verteilt sind, ist eine direkte und unmittelbare Kommunikation untereinander nur selten gegeben. Die Regelkommunikationen wie Niederlassungs- oder Arbeitsgruppenmeetings können nicht in so zeitnahen Abständen organisiert werden, wie ein Informations- oder kurzer Kommunikationsaustausch untereinander erforderlich ist. Um trotz dieser geografischen Verteilung produktiv und zeitnah zusammenarbeiten zu können, bedarf es einer ergänzenden ortsunabhängigen und asynchronen Kommunikationsstruktur. Lyke unterstützt diese Arbeitsweise, da alle Informationen stets aktuell in Echtzeit vorliegen. Zudem kann Lyke über mobile Endgeräte (Smartphone, Tablet, Notebook) von überall direkt genutzt werden und vereint damit mehrere parallele Informations- und Kommunikationssysteme in einer Daten- und Kommunikationsquelle.

Da Valyue bei Themen wie Wissensmanagement standortübergreifend zusammenarbeitet, konnten vor der Einführung von Lyke deutlich weniger Themen vorangebracht werden, da diese hauptsächlich während der seltenen Meetings bearbeitet wurden. Nach der Einführung hat sich gezeigt, dass in den Arbeitsgruppen deutlich produktiver an den jeweiligen Themen gearbeitet werden konnte und mehr Ergebnisse entstanden. Durch die Aktualisierung der Daten in Echtzeit ist jeder Mitarbeiter ständig mit allen Informationen versorgt.

### **Lessons Learned**

Damit die Einführung von Social Collaboration gelingt, haben sich bei Valyue drei Aspekte herauskristallisiert, welche für eine erfolgreiche Implementierung essentiell sind.

- *Unterstützung und Nutzung durch das obere und mittlere Management*

Um bei der breiten Masse der Mitarbeiter ein Verständnis für die Hintergründe der Innovation zu schaffen, bedarf es eines geschlossenen Meinungsbildes unter allen Managementsebenen. Es muss Einigkeit über den gewünschten Nutzen der Plattform herrschen, damit gemeinsame Ziele erreicht werden können. Nicht allein die Rückendeckung des Managements ist entscheidend, sondern deren persönliche Nutzung der eingeführten Plattform. Indem das Management eine Vorbildfunktion einnimmt, wird die Akzeptanz leichter bei den Mitarbeitern erreicht.

- *Integration in die tagtägliche Arbeit*

Um den Mitarbeitern den Nutzen der Plattform im täglichen Arbeitsalltag erlebbar zu machen, muss ein barrierefreier und einfacher Zugang gegeben sein. Darüber hinaus sollten die normalen Prozesse des Unternehmens bei grundsätzlicher Eignung schrittweise auf die neue Plattform überführt werden. Die Akzeptanzsteigerung ist durch Workshops in den jeweiligen Teams am produktivsten.

- *Kultur der Offenheit, Transparenz und Zusammenarbeit*

Mit dem Wandel hin zu einer Social Collaboration Lösung für die interne Kollaboration geht zeitgleich ein Wandel der Unternehmenskultur einher. Dieser Wandel ist ein langfristiger Prozess, der von täglichen Schritten und kleinen Erfolgen geprägt wird. Wurde in einem Unternehmen bereits vor der Einführung von Social Collaboration bereichs- und standortübergreifend offen und transparent zusammengearbeitet, sind die Erfolgsaussichten des Kulturwandels erheblich höher.

**Literaturverzeichnis**

Back, A., Heidecke, F. (2009), Einleitung, in: Back, A., Gronau, N., Tochtermann, K. (Hrsg., 2009), Web 2.0 in der Unternehmenspraxis, 2. Aufl., München, S.1-9.

Batistich, M. (2012), We Are Social: Tuesday Tune-Up #23, <http://wearesocial.com.au/blog/2012/01/24/social-tuesday-tuneup-23/>, Zugriff am 11.08.2014.

Granovetter, M. (1983), The Strength Of Weak Ties – A Network Theory Revisited, in: Sociological Theory, Volume 1, 1983. S.201-233.

Göhring, M., Niemeier J., Vujnovic, M., (2010), Enterprise 2.0 - Zehn Einblicke in den Stand der Einführung, <http://www.centrestage.de/enterprise-2-0-studie/>, Zugriff am 27.07.2014.

Petry, T. (2013), Enterprise 2.0 – Konsequenzen für die Arbeitswelt von morgen: Status Quo 2013  
[http://gallery.mailchimp.com/556ce1c789fd7252375015f51/files/Studie\\_Enterprise\\_2.0\\_Status\\_Quo\\_2013\\_Ergebnisbericht.pdf](http://gallery.mailchimp.com/556ce1c789fd7252375015f51/files/Studie_Enterprise_2.0_Status_Quo_2013_Ergebnisbericht.pdf), Zugriff am 12.07.2014.

**Firmeninterne Quellen**

Oksas, A. (2012), Die Logik sozialer Netzwerke oder The Strength of Weak Ties, Firmeninterne Quelle, Zugriff am 10.08.2014.

Valyue (2014), Screenshot Activity Stream, Firmeninterne Quelle, Zugriff am 12.08.2014.