

## Abstract

**Titel: Enterprise 2.0: Wie Social Media die Zusammenarbeit im Unternehmen verändert am Beispiel der Mons Holding AG**

**Kurzzusammenfassung:** Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, welche Auswirkungen Enterprise Social Media auf die Motivation, Leistung, Kooperationsbereitschaft und Kommunikation aus Mitarbeitersicht und aus Sicht des Unternehmens hat. Mittels fundierter Theorieanalyse und einer empirischen Erhebung in einem Schweizer KMU werden diese Auswirkungen untersucht um damit Empfehlungen für die Verwendung von Enterprise Social Media für das Unternehmen, aber auch für KMU in der Schweiz zu liefern.

**Verfasserin:** Emilija Minova  
**Herausgeberin:** Prof. Dr. rer. pol. Sybille Olbert-Bock  
**Veröffentlichung (Jahr):** 2015  
**Zitation:** Minova, 2015,  
FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften:  
Masterarbeit MSc in Business Administration  
**Schlagworte:** Enterprise 2.0, Social Media, Enterprise Social Media, Social Media in der Zusammenarbeit

## **Ausgangslage**

Die Einführung von Social Media hat nicht nur das Privatleben der Menschen völlig verändert, sondern ist auch im Berufsleben immer mehr in den Fokus gerückt. Bislang spielte dieses Phänomen besonders in der Kommunikation und Kooperation zwischen dem Unternehmen und seinen Kunden eine Rolle. Wissenschaftliche Analysen zeigen jedoch, dass Social Media auch in der Zusammenarbeit im Unternehmen, genannt Enterprise Social Media, eine erhebliche Rolle spielt. Die Kooperation und Kommunikation innerhalb einer Organisation wird durch dieses neue Medium beeinflusst. Viele Grossunternehmen sind sich diesem Trend bewusst und nutzen die Möglichkeiten, die dieses Phänomen liefert. Hingegen steht in den KMU der Einsatz von Enterprise Social Media noch in den Startlöchern.

## **Ziel**

Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, wie Social Media die Zusammenarbeit im Unternehmen hinsichtlich Motivation, Leistung, Kooperationsbereitschaft und Kommunikation verändert, sowohl aus Sicht des Unternehmens als auch aus Mitarbeitersicht. In diesem Zusammenhang werden potenzielle Chancen und Risiken von Social Media in der internen Kommunikation und Kooperation im Unternehmen aufgezeigt. Mithilfe dieser Arbeit soll auch die Frage beantwortet werden wo Social Media im Kommunikationsumfeld optimal integriert werden kann.

## **Vorgehen**

Es wurde eine qualitative empirische Erhebung in einem Schweizer KMU durchgeführt, anhand der die theoretisch ausgearbeiteten Auswirkungen von Social Media untersucht wurden. Grund für die Wahl dieses Unternehmens ist die Tatsache, dass es sich hierbei um ein KMU handelt, das Social Media Instrumente vor kurzem eingeführt hat und wissen möchte, welchen Effekt diese Einführung auf die Zusammenarbeit im Unternehmen hat. Hierbei wurden sowohl Mitarbeiter als auch Führungskräfte befragt, um die Auswirkungen von Enterprise Social Media auf beiden Seiten zu analysieren.

## **Erkenntnisse**

Die Theorieanalyse und die empirischen Erhebung haben ergeben, dass der Einsatz von Enterprise Social Media heutzutage unumgänglich ist. Die Frage ist somit nicht, ob dieses Medium eingesetzt, sondern wie mit diesem Medium umgegangen werden soll. Daher ist es notwendig, dass sich die Unternehmen dessen bewusst werden und diese Technologie in die Unternehmenskultur verankern, um somit das gesamte unternehmerische Denken und die Einstel-

lung aller Beteiligten danach auszurichten. Um die Chancen, die mit diesem Phänomen verbunden sind, vollständig nutzen zu können, müssen besonders die Geschäftsleitung und Führungsetage diese Entwicklung nutzen, um eine Vorbildfunktion für die Mitarbeiter zu liefern. Auch die einheitliche und konsequente Nutzung von Enterprise Social Media ist besonders wichtig, um zu gewährleisten, dass sich dieses Medium im Unternehmen etablieren kann. Nur so können die Vorteile die dieses Medium mit sich bringt, realisiert werden. Die Einführung des Web 2.0 ist durchaus sinnvoll, solange es als unterstützende Funktion genutzt wird. Social Media erleichtert vieles in der Zusammenarbeit, kann und wird jedoch die direkte, persönliche Kommunikation mit den Mitarbeitern nicht ersetzen und sollte somit im bestehenden Kommunikationsumfeld integriert und als Stellhebel eingesetzt werden. Dadurch können die bestehenden Kommunikations- und Kooperationswege verbessert werden. Ausserdem ist es notwendig konkret zu analysieren, welche Instrumente für das eigene Unternehmen sinnvoll sind, da jedes Unternehmen auf unterschiedliche Art und Weise zusammenarbeitet und kommuniziert. Die Instrumente sollten sich somit an den Bedürfnissen des Unternehmens und dessen Mitarbeiter orientieren. Enterprise Social Media sollte somit sorgfältig ausgewählt und zielführend eingesetzt werden.