

Wissen teilen

Firmeninterne Soziale Netzwerke ... und ihr Nutzen!



Kopfmonopole aufbrechen und Schwarmintelligenz nutzen: Das sind die wichtigsten Ziele eines neuen Wissensmanagements, das kollaborative Software nutzt. Die entsprechenden Tools sind schon lange verfügbar, sie werden aber noch viel zu selten genutzt. Firmeninterne soziale Netzwerke sind Spiegelbild der öffentlich zugänglichen Social-Media-Tools und auch unter dem Begriff Social Intranet bekannt. Sie werden zur Projektkoordination, zum Wissensmanagement und zur interaktiven Kommunikation eingesetzt. Sie ermöglichen das Hinwenden zu einer freien, offenen, kolla-

borativen Unternehmenskultur. Dabei können alle Mitarbeitenden an einem kontinuierlichen Ideensammeln, Bereichern und Bewerten teilhaben und auf breiter Basis mitentscheiden, wo es in Zukunft langgeht.

Digital Natives sind von Haus aus mit dem Gebrauch solcher Software vertraut. Und die übrige Belegschaft wird sie schnell lieben lernen, weil alles spielerisch einfach ist. Organisiertes Wissen wird so für jedermann verfügbar gemacht. Das zeitfressende Mailen kann eingedämmt werden. Allein das Erstellen einer Meeting-Agenda wird, wie Dirk Hellmuth von Beyond Email berichtet, von durchschnittlich 83 Minuten auf 26 Minuten reduziert. Langweilige und umständliche (Verbesserungsvorschlags-) Formulare braucht es nicht mehr. Gremien, die alles koordinieren und überwachen, sind auch obsolet. Die Produktivität seiner Mitarbeiter habe sich seit der Einführung von Corporate Social Software um das Vierfache erhöht, wird Frank Roebbers, Vorstand des IT-Händlers Synaxon, im Harvard Business Manager zitiert.

Die gängigsten kollaborativen Software-Tools

Unternehmenswikis

Wikis sind, so ähnlich wie die Wikipedia, ideale Portale, um das gesamte Wissen eines Unternehmens zentral

zu sammeln und wie ein Schlagwortverzeichnis zur Verfügung zu stellen. Jeder mit Autorenberechtigung kann aktiv daran mitarbeiten, neues Material einstellen sowie Bestehendes ergänzen und aktualisieren. Die zunehmende Wissenskomplexität wird strukturiert und konserviert. Die Gesamteffizienz steigt, weil Doppelarbeit vermieden wird. Und der Wissensschatz ausscheidender Mitarbeiter bleibt dem Unternehmen endlich erhalten. Ist alles Organisatorische erledigt, der Start geglückt und das System ausreichend befüllt, dann sollte „Schau ins Wiki!“ zu einem geflügelten Wort in der Firma werden.

Internes Microblogging

Dienste wie Yammer oder Communote funktionieren nach dem Twitter-Prinzip und kanalisieren den unternehmensinternen Nachrichtenfluss in einem Kurzformat. Sie sind so etwas wie eine Mischung aus Schwarzem Brett und Flurfunk, wobei jeder, der dort ein Konto eröffnet und Zugang hat, selber posten, mithören, weiterleiten und kommentieren kann. Ein weiterer Vorteil: Weil alles intern öffentlich ist, wirkt dies auch einer ungenutzten Gerüchteküche entgegen.

Kollaborationsblogs

Für die Zusammenarbeit von internen und externen Mitarbeitern im Rahmen eines Projekts sind Kollaborationsblogs geradezu ideal. Sie dienen zum Erfahrungsaustausch, zur Ablage von Dateien, zur Dokumentation von Arbeitsverläufen, zur Erfassung des Status quo sowie zur Kommentierung all dessen. So kann zum Beispiel in einem internen Vertriebsblog das komplette verkäuferische Wissen gesammelt und kontinuierlich weiterentwickelt werden.

Digitale Ideenbanken

Sie ersetzen das verstaubte betriebliche Vorschlagswesen und sind idealerweise eine Mischung aus Wiki, Blog und Bewertungsportal. Die einzelnen Ideen werden beschrieben, verschlagwortet und mit Dokumenten, Fotos, Audios und Videos angereichert. Unter jede Idee kommt ein Kommentarfeld, in dem die Verwender ihre Meinung zu und/oder ihre Erfahrungen mit der Idee einstellen können. Außerdem gibt es eine Fünf-Sterne-Bewertungsfunktion sowie die Ja/Nein-Frage, ob die Idee hilfreich war. Ferner wird ein Zähler installiert, der anzeigt, wie oft diese Idee angeklickt wurde. Schließlich braucht es originelle Anreizsysteme, um die effizientesten und am besten geordneten Ideen wie auch die kreativen Köpfe dahinter zu feiern.

Mitarbeiterentwicklungsportale

Sie enthalten Bildungsangebote in kleinen, leicht verdaulichen Paketen (Microlearning, Learning Nuggets), Weiterbildungsvideos, interaktive Themenforen sowie sich ständig aktualisierende Handbücher für die Einarbeitung und Fortbildung. Wichtig auch hier, sich von dem überholten ‚Alles-wird-Topdown-vorgegeben‘-Prinzip zu lösen. Vielmehr geht es um eine Social-Learning-Plattform, auf der man ganz im Sinne des Gamification-Prinzips spielerisch miteinander und voneinander lernt. Und natürlich ist diese mit internen Blogs, dem Wiki usw. vernetzt.

Interne Unternehmensblogs

Hier kann jeder mit Zugangsberechtigung, egal ob Unternehmensleitung, Führungskraft, Mitarbeiter oder Azubi, all das einstellen, was ihn bewegt. Die Kommentarfunktion ermöglicht lebendige Diskussionen. Ein Administrator sorgt dafür, dass hierbei nichts ausfunkt. Damit so ein Blog auch lebt, sollte sich das Management regelmäßig mit Beiträgen beteiligen, offen und ehrlich agieren und ungeschminkt Rede und Antwort stehen.

Mobile Apps

Bei zunehmender Fernanwesenheit eines größeren Teils der Belegschaft wird den Social Software Apps, die sich von mobilen Geräten aus nutzen lassen, wohl die Zukunft gehören. Mobiles Lernen, Kollaboration und Interaktion sind so von (fast) jedem Punkt der Welt und zu jeder Zeit möglich. Über Augmented-Reality-Technologien werden virtuelle Informationen in die per Kamera auf dem Handy-Display

(oder Google Glass) gezeigte Wirklichkeit eingeblendet.

Schon dieser Überblick zeigt: Die Auswahl ist groß. Wählen Sie die Tools, die Ihren Zwecken dienlich sind, mit Bedacht.

Die Vorteile solcher Tools

Egal, für welche Form Sie sich dann entscheiden:

1. Das Miteinander im gesamten Unternehmen wird eine neue Qualität erreichen.

- ▶ Die Effizienz wird erhöht,
- ▶ das Wir-Gefühl wird steigen,
- ▶ der Zusammenhalt untereinander wird wachsen,
- ▶ alles Trennende wird zurückgedrängt.

2. Das Teilen von Wissen fördert die Kreativität und hebt die gesamte Organisation auf ein erhabeneres Niveau.

- ▶ Erfolge können jederzeit sichtbar gemacht und
- ▶ angemessen gewürdigt werden.

3. Das aktive, engagierte Mitgestalten steigert die Mitarbeiterverbundenheit und erzeugt am Ende den ‚Mein-Baby-Effekt‘. Und sein Baby lässt man bekanntlich nicht im Stich.

Der Führungscrowd erschließen sich Schwachpunkte schon durch einfaches Mitlesen fast wie von selbst – auch wenn das manchmal wehtun kann. Sie erhält einen Gradmesser dafür, wie die Organisation als Ganzes drauf ist, und wo es gerade brennt. Sie bekommt Zugang zur ‚Weisheit der Vielen‘ und kann ihre Entscheidungen so auf eine breitere Basis stellen. Sie kann Schnellumfragen starten und Abstimmungsprozesse einleiten. Und niemand ist mehr auf Zuträger angewiesen, die Informationen gefiltert - mit welchen Absichten auch immer - nach oben tragen. ■

WHOOOP!
WHOOOP!



Autorin: Anne M. Schüller

ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfache Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Sie zählt zu den fragtesten Referenten im deutschsprachigen Raum und hält Vorträge und Workshops. Sie ist Gastdozentin an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der deutschen, schweizerischen und österreichischen Wirtschaft. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager aus und vergibt Touchpoint-Lizenzen.

www.touchpoint-management.de und www.anneschueler.de