

Inhaltsverzeichnis

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XII
TABELLENVERZEICHNIS	XIV
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	XVI
1 EINFÜHRUNG	1
2 ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE	7
2.1 Zielsetzung	7
2.2 Vorgehensweise und Aufbau der Arbeit	10
3 STAND DES WISSENS UND DER ANWENDUNG	15
3.1 Wissensarbeit	15
3.1.1 Eingrenzung des Begriffs Wissen	15
3.1.2 Merkmale von Wissensarbeit	23
3.2 Social Media	30
3.2.1 Bedeutung und Merkmale von Social Media	30
3.2.2 Typische Social-Media-Anwendungen	38
3.2.3 Social Media und Wissensarbeit	45
3.3 Bewertungsansätze für Voraussetzungen	58
3.3.1 Kennzahlen und Kennzahlensysteme	60
3.3.2 Reifegradmodelle	63
3.3.2.1 Capability Maturity Model Integrated (CMMI)	70
3.3.2.2 Prozess-Assessment nach DIN ISO/IEC 15504 (SPICE)	74

4	VORAUSSETZUNGEN FÜR WISSENSARBEIT MIT SOCIAL MEDIA: ANALYSE BESTEHENDER ANSÄTZE	82
4.1	Anforderungen an Beschreibungsansätze von Voraussetzungen	82
4.2	Voraussetzungen auf Basis arbeitswissenschaftlicher Ansätze	85
4.2.1	Ansätze auf Basis der Handlungsregulation von geistiger Arbeit	85
4.2.2	Systemtheoretischer Ansatz zu Struktur und Prozess von Wissensarbeit	88
4.3	Ansätze aus der Betriebswirtschaft und Wirtschaftsinformatik	89
4.3.1	Ansätze aus dem Strategischen Management	89
4.3.2	Ansätze aus der Informatik und Wirtschaftsinformatik	92
4.4	Vergleich und kritische Bewertung bestehender Ansätze	94
5	BEWERTUNG VON WISSENSARBEIT MIT SOCIAL MEDIA: ANALYSE BESTEHENDER ANSÄTZE	97
5.1	Anforderungen an Bewertungsansätze für Voraussetzungen	97
5.2	Kennzahlenbasierte Ansätze	100
5.3	Reifegradmodell-orientierte Bewertungsansätze	103
5.3.1	Ansätze auf Basis grundständiger Reifegradmodelle	103
5.3.2	Ansätze auf Basis eigenständiger Modelle	105
5.4	Vergleich und kritische Bewertung bestehender Ansätze	107
6	IDENTIFIKATION VON VORAUSSETZUNGEN FÜR WISSENSARBEIT MIT SOCIAL MEDIA	111
6.1	Theoretischer Ansatz zur Herleitung und Strukturierung der Voraussetzungen	111

6.2	Ebene Arbeitsperson	118
6.2.1	Fachliche Qualifikation	121
6.2.2	Anschlussfähigkeit	124
6.2.3	Pro-Soziales Verhalten	126
6.2.4	Identifikation und Commitment	129
6.2.5	Selbstwirksamkeit	132
6.2.6	Selbststeuerung	134
6.3	Ebene Gruppenkontexte	135
6.3.1	Gruppenkohäsion	140
6.3.2	Gruppennormen	143
6.3.3	Rollenverteilung und -wahrnehmung	147
6.4	Ebene IuK-Technologie	150
6.4.1	Analyse der Anforderungen	155
6.4.2	Auswahl und Design der Anwendungen	158
6.4.3	Implementierung von Social Media-Anwendungen	161
6.4.4	Pflege und Weiterentwicklung von Social Media-Anwendungen	163
6.5	Ebene Wissensmanagement	164
6.5.1	Wissensziele	166
6.5.2	Wissensstrategie	168
6.6	Ebene Personalführung	175
6.6.1	Arbeitsaufgabe und Arbeitsmotivation	179
6.6.2	Steuerung des Umgangs mit Social Media	189
6.7	Ebene Unternehmenskultur	191
6.7.1	Einbeziehung	198
6.7.2	Zusammenhalt	201
6.7.3	Anpassung	205
6.7.4	Mission	209

7	ENTWURF EINER METHODE ZUR BEWERTUNG VON WISSENSARBEIT MIT SOCIAL MEDIA	212
7.1	Begründung und Dekomposition der Methode	212
7.2	Entwicklung eines Prozessreferenzmodells	216
7.3	Entwicklung des Bewertungsrahmens	219
7.4	Entwicklung des Prozessassessmentmodells	221
7.4.1	Basispraktiken (Stufe 1)	223
7.4.1.1	Personalentwicklung	226
7.4.1.2	Wissensmanagement	228
7.4.1.3	Gruppenentwicklung	228
7.4.1.4	Personalführung	230
7.4.1.5	Unternehmenskultur	231
7.4.1.6	IK-Technologie	232
7.4.2	Generische Praktiken	232
7.5	Beschreibung des Verfahrensmodells für ein Assessment	239
8	EINSATZERFAHRUNGEN UND BEWERTUNG	244
8.1	Fallbeispiel	244
8.1.1	Aufgabenstellung und Vorgehensweise	245
8.1.2	Ergebnisse der Erhebung und Bewertung	246
8.2	Bewertung der Einsatzerfahrungen	265
8.2.1	Grundlegende Bewertung	265
8.2.2	Erfahrungen aus der praktischen Anwendung des Modells	271
9	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	276
9.1	Zusammenfassung	276
9.2	Ausblick	280

10	SUMMARY	283
11	QUELLENANGABEN	288
12	ANHANG	304