

---

# Enterprise 2.0

---

Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz  
von Social Software in Unternehmen

---

von

Prof. Dr. Michael Koch,

Dipl. Kfm. Alexander Richter

Universität der Bundeswehr München

---

Oldenbourg Verlag München Wien

---

# Inhalt

<b>Geleitwort</b>	<b>VII</b>
<b>Vorwort</b>	<b>IX</b>
<b>1 Web 2.0, Social Software und Groupware</b>	<b>1</b>
1.1 Web 2.0 .....	2
1.2 Benutzer und Technologien im Web 2.0 .....	5
1.3 Social Software .....	11
1.4 Enterprise 2.0 – Social Software im Unternehmen .....	15
1.5 CSCW und Groupware.....	16
1.6 Abgrenzung .....	20
<b>2 Anwendungsklassen</b>	<b>23</b>
2.1 Weblogs und Co. ....	23
2.2 Wikis und Gruppeneeditoren .....	36
2.3 Social Tagging.....	46
2.4 Social Networking.....	53
2.5 Instant Communication und Presence Awareness .....	64
<b>3 Anwendungsfelder für Social Software im Unternehmen</b>	<b>71</b>
3.1 Gemeinsames Erstellen von Dokumenten oder Produkten (in Teams) .....	72
3.2 Kontaktmanagement.....	85
3.3 Experten finden / Expertensuche.....	86
3.4 Wissensverbreitung .....	91
3.5 Koordination und Informationstransparenz.....	98
3.6 Corporate Memory / Informationsmanagement .....	105
3.7 Fazit.....	107

---

<b>4</b>	<b>Allgemeine Herausforderungen bei Enterprise 2.0</b>	<b>109</b>
4.1	Motivation, Aufwand und Nutzen, Benutzbarkeit und Kooperationsbereitschaft...110	
4.2	Konkurrenz zu etablierten Medien – rationale Medienwahl .....	122
4.3	Change Management und Partizipative Gestaltung .....	129
4.4	Datensicherheit, Datenschutz und Privatsphäre .....	140
4.5	Produktivität und Return on Investment .....	145
4.6	Fazit.....	149
<b>5</b>	<b>Ausblick – Und was noch?</b>	<b>151</b>
5.1	Social Commerce .....	152
5.2	Web 3.0 und Semantic Web? .....	162
5.3	Virtuelle Welten und 3D-Benutzungsschnittstellen .....	169
5.4	Ubiquitäre Benutzungsschnittstellen .....	176
	<b>Literatur</b>	<b>187</b>
	<b>Abkürzungen</b>	<b>199</b>
	<b>Glossar</b>	<b>203</b>
	<b>Index</b>	<b>215</b>