

# **Enterprise 2.0**

## **Status Quo von Social Collaboration in deutschen Unternehmen**

**Studie der Hochschule RheinMain**

Juli 2017



Hochschule **RheinMain**  
Wiesbaden Business School

# AGENDA

---

## 1. Studienhintergrund und -teilnehmer

## 2. Zentrale Studienergebnisse

- Digitalisierung als Treiber von Enterprise 2.0
- Entwicklungsstand von Enterprise 2.0
- Ziele von Enterprise 2.0
- Risiken von Enterprise 2.0
- Enterprise 2.0-Tools
- Konsequenzen von Enterprise 2.0
- Erfolg von Enterprise 2.0

## 3. Fazit



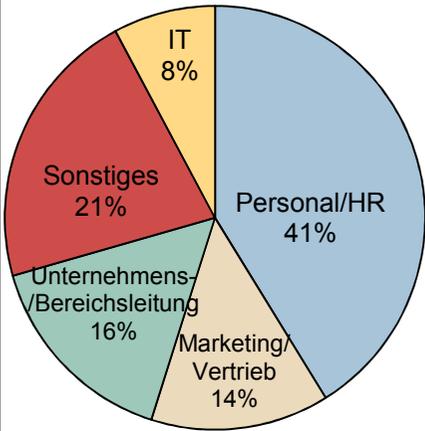
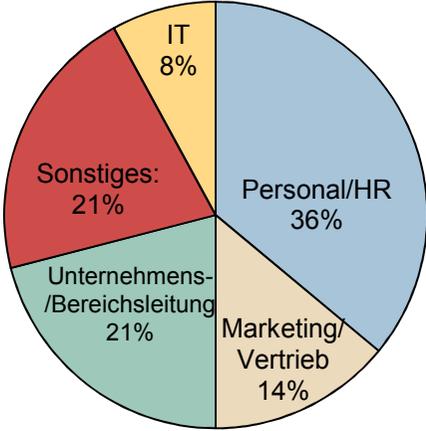
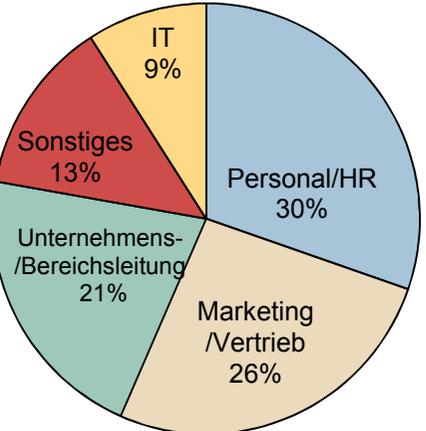
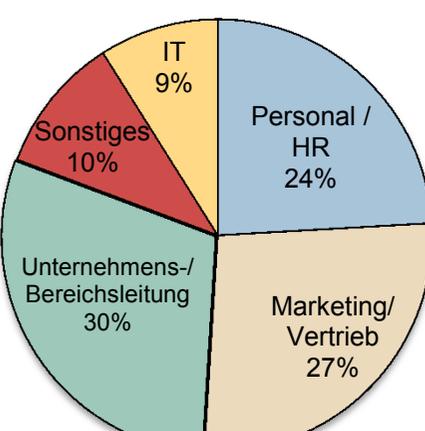
# Seit 2010 untersucht die Hochschule RheinMain fortlaufend den Status-Quo zum Thema Enterprise 2.0

## Studienhintergrund



# Der Vergleich der Studien im Zeitverlauf zeigt eine ähnliche Struktur aller Analysegruppen – wobei der Anteil HR kontinuierlich abgenommen hat

## Studienteilnehmer

Studie 2010	Studie 2013	Studie 2015	Studie 2017																																																
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 281 vollständig auswertbare Teilnehmer</li> <li>• Unternehmensgröße:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 63% &lt;1.000 Mitarbeiter</li> <li>- 37% &gt;1.000 Mitarbeiter</li> </ul> </li> <li>• Funktionsbereich:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 264 vollständig auswertbare Teilnehmer</li> <li>• Unternehmensgröße:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 60% &lt;1.000 Mitarbeiter</li> <li>- 40% &gt;1.000 Mitarbeiter</li> </ul> </li> <li>• Funktionsbereich:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 213 vollständig auswertbare Teilnehmer</li> <li>• Unternehmensgröße:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 58% &lt;1000 Mitarbeiter</li> <li>- 42% &gt;1000 Mitarbeiter</li> </ul> </li> <li>• Funktionsbereich:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 145 vollständig auswertbare Teilnehmer</li> <li>• Unternehmensgröße:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 66% &lt;1000 Mitarbeiter</li> <li>- 34% &gt;1000 Mitarbeiter</li> </ul> </li> <li>• Funktionsbereich:</li> </ul>																																																
 <table border="1"> <caption>Funktionsbereichsstruktur Studie 2010</caption> <thead> <tr> <th>Funktionsbereich</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Personal/HR</td> <td>41%</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Unternehmens-/Bereichsleitung</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Marketing/Vertrieb</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>IT</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table>	Funktionsbereich	Anteil	Personal/HR	41%	Sonstiges	21%	Unternehmens-/Bereichsleitung	16%	Marketing/Vertrieb	14%	IT	8%	 <table border="1"> <caption>Funktionsbereichsstruktur Studie 2013</caption> <thead> <tr> <th>Funktionsbereich</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Personal/HR</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Unternehmens-/Bereichsleitung</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Marketing/Vertrieb</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>IT</td> <td>8%</td> </tr> </tbody> </table>	Funktionsbereich	Anteil	Personal/HR	36%	Sonstiges	21%	Unternehmens-/Bereichsleitung	21%	Marketing/Vertrieb	14%	IT	8%	 <table border="1"> <caption>Funktionsbereichsstruktur Studie 2015</caption> <thead> <tr> <th>Funktionsbereich</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Personal/HR</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Unternehmens-/Bereichsleitung</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Marketing/Vertrieb</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>IT</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Funktionsbereich	Anteil	Personal/HR	30%	Sonstiges	13%	Unternehmens-/Bereichsleitung	21%	Marketing/Vertrieb	26%	IT	9%	 <table border="1"> <caption>Funktionsbereichsstruktur Studie 2017</caption> <thead> <tr> <th>Funktionsbereich</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Personal/HR</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Unternehmens-/Bereichsleitung</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Marketing/Vertrieb</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>IT</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Funktionsbereich	Anteil	Personal/HR	24%	Sonstiges	10%	Unternehmens-/Bereichsleitung	30%	Marketing/Vertrieb	27%	IT	9%
Funktionsbereich	Anteil																																																		
Personal/HR	41%																																																		
Sonstiges	21%																																																		
Unternehmens-/Bereichsleitung	16%																																																		
Marketing/Vertrieb	14%																																																		
IT	8%																																																		
Funktionsbereich	Anteil																																																		
Personal/HR	36%																																																		
Sonstiges	21%																																																		
Unternehmens-/Bereichsleitung	21%																																																		
Marketing/Vertrieb	14%																																																		
IT	8%																																																		
Funktionsbereich	Anteil																																																		
Personal/HR	30%																																																		
Sonstiges	13%																																																		
Unternehmens-/Bereichsleitung	21%																																																		
Marketing/Vertrieb	26%																																																		
IT	9%																																																		
Funktionsbereich	Anteil																																																		
Personal/HR	24%																																																		
Sonstiges	10%																																																		
Unternehmens-/Bereichsleitung	30%																																																		
Marketing/Vertrieb	27%																																																		
IT	9%																																																		
<p><b>In Summe liegen 903 auswertbare Datensätze vor.</b></p>																																																			

# AGENDA

---

## 1. Studienhintergrund und -teilnehmer

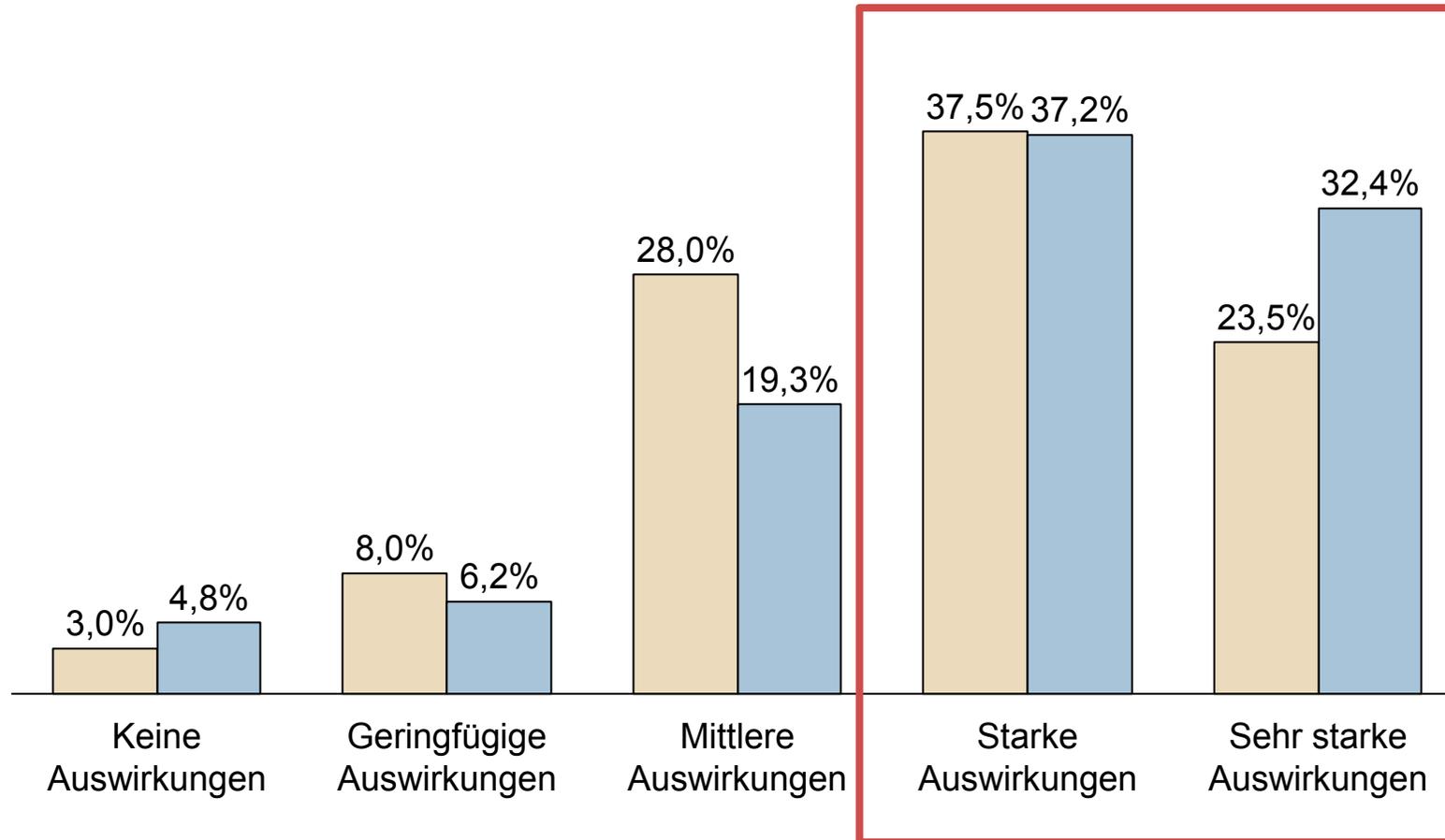
## 2. Zentrale Studienergebnisse

- Digitalisierung als Treiber von Enterprise 2.0
- Entwicklungsstand von Enterprise 2.0
- Ziele von Enterprise 2.0
- Risiken von Enterprise 2.0
- Enterprise 2.0-Tools
- Konsequenzen von Enterprise 2.0
- Erfolg von Enterprise 2.0

## 3. Fazit

# Fast 70% der Unternehmen nehmen heute starke oder sehr starke Auswirkungen der Digitalisierung wahr – das sind etwas mehr als 2015

## Einfluss der Digitalisierung (heute)

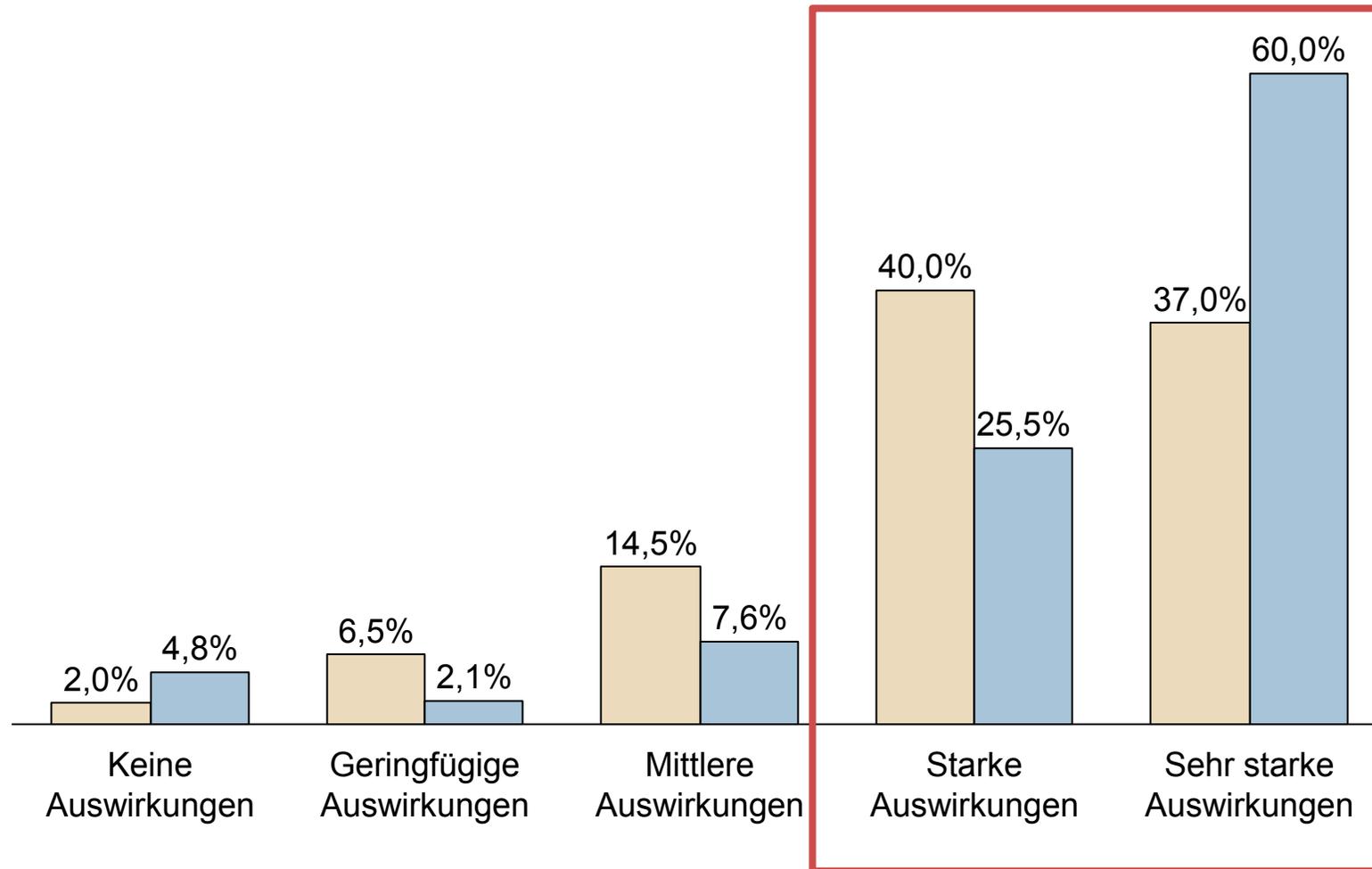


Frage: Wie stark wirkt sich die Digitalisierung heute auf Ihr Unternehmen aus? n= 142 in 2017 und 200 in 2015

2015 2017

# Deutlich zugenommen hat der Anteil der Unternehmen, die zukünftig mit sehr starken Auswirkungen der Digitalisierung rechnen

## Einfluss der Digitalisierung (zukünftig)

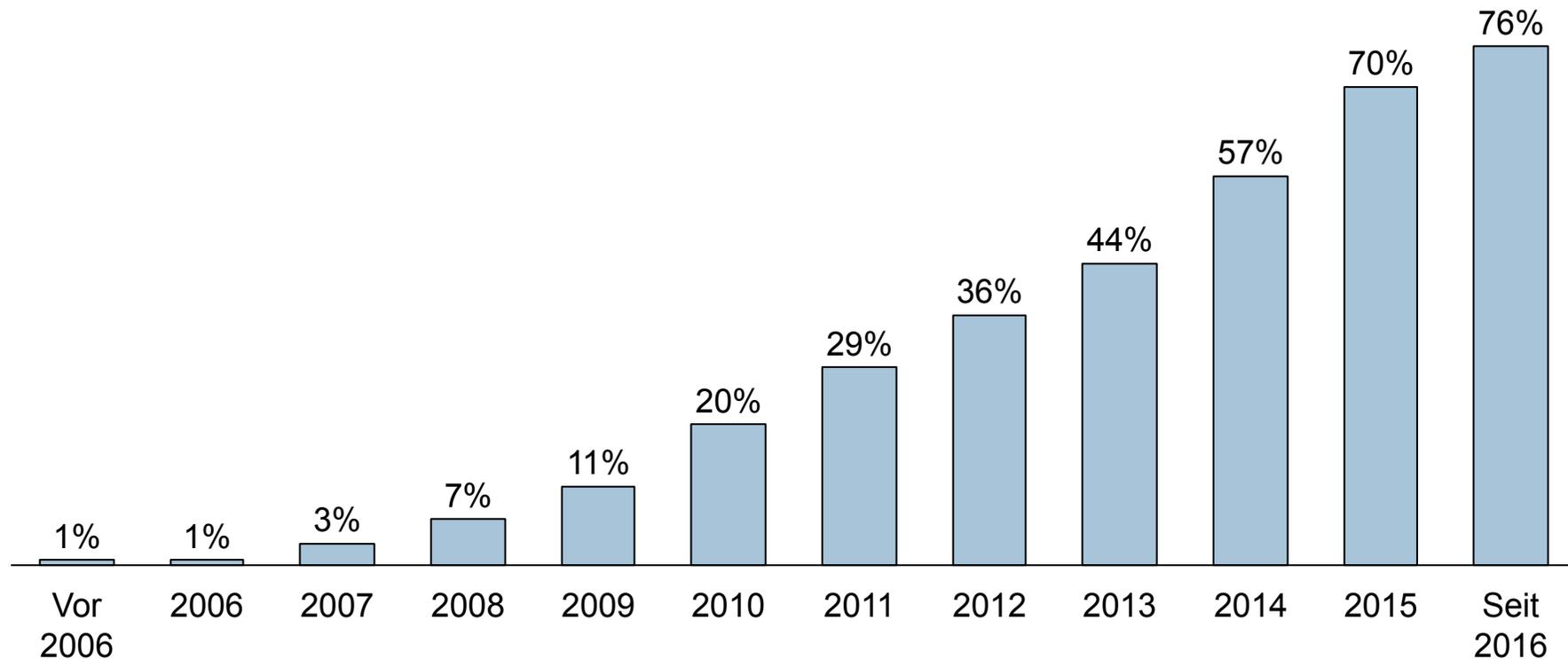


Frage: Wie stark wirkt sich die Digitalisierung zukünftig auf Ihr Unternehmen aus? n= 142 in 2017 und 200 in 2015

2015 2017

# Im Laufe der Zeit haben sich relativ kontinuierlich mehr der befragten Unternehmen mit dem Thema Enterprise 2.0 befasst

## *E2.0-aktive Unternehmen*

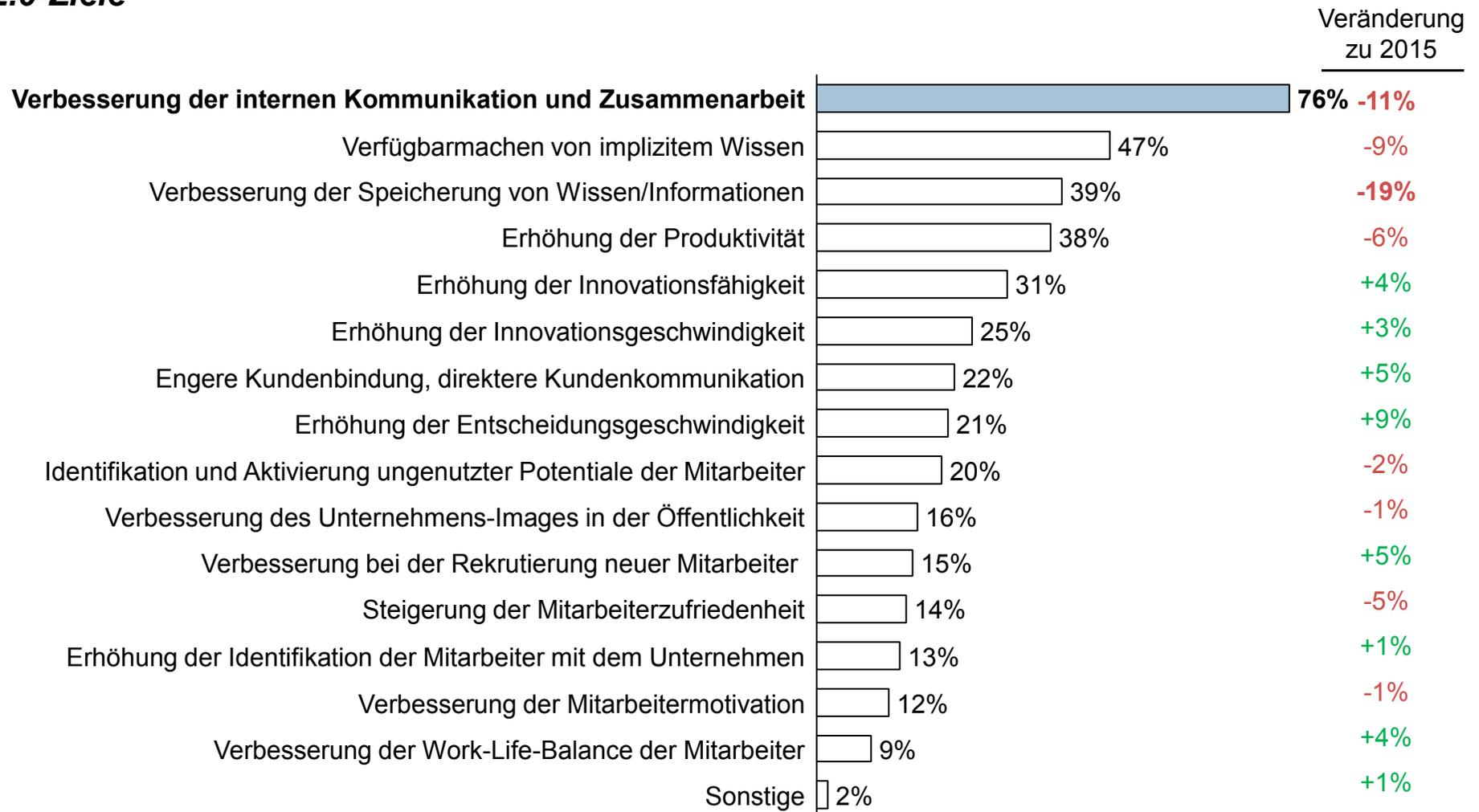


**Je größer die Auswirkungen der Digitalisierung, desto stärker beschäftigen sich Unternehmen mit Enterprise 2.0.**

Frage: Befasst sich Ihr Unternehmen mit dem Thema „Enterprise 2.0“? Seit wann befasst sich Ihr Unternehmen aktiv mit "Enterprise 2.0"? n= 145

# E2.0 soll – über den Hebel einer verbesserten internen Kommunikation und Zusammenarbeit – zu verschiedenen Zielen beitragen

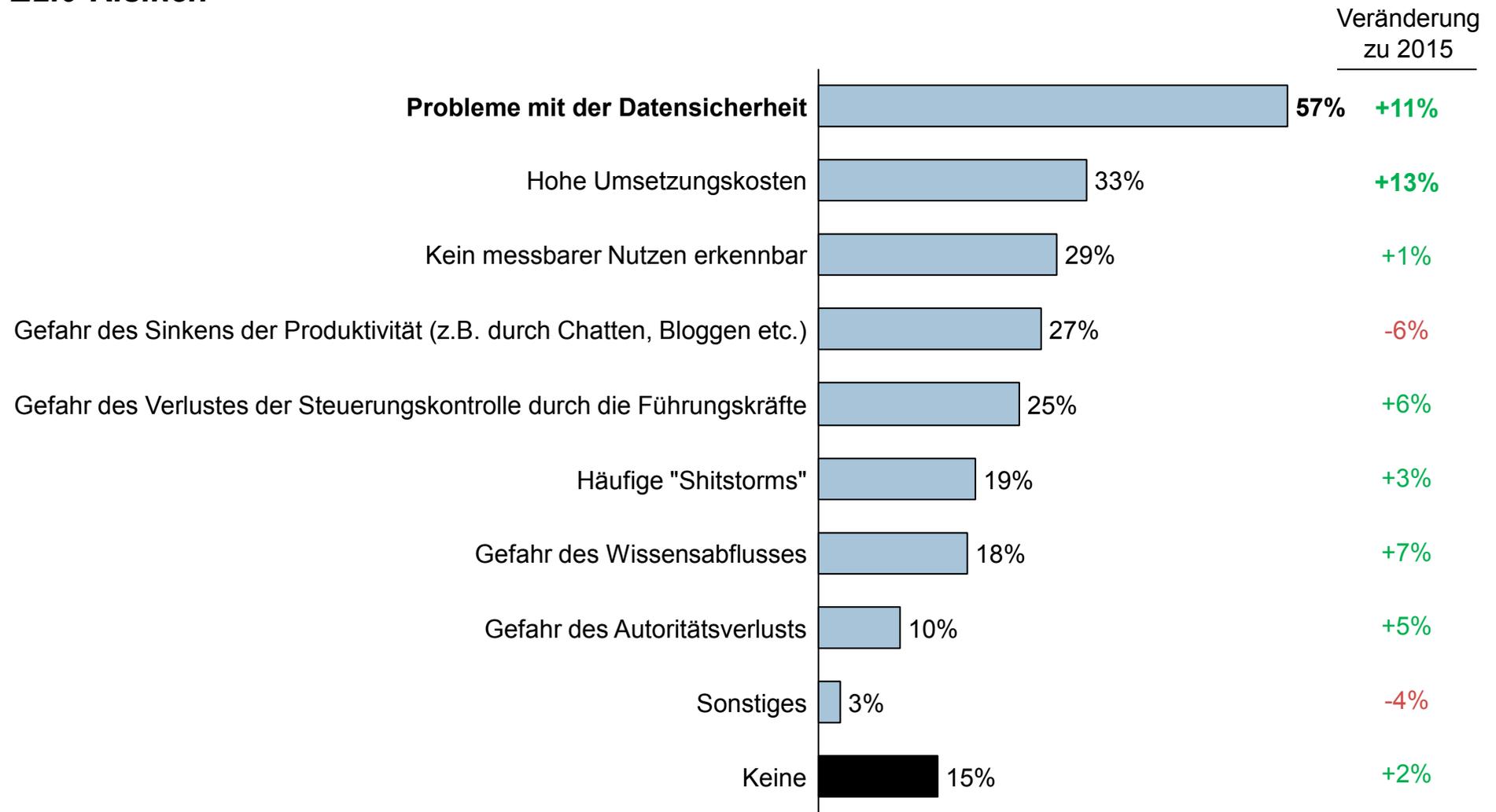
## E2.0-Ziele



Frage: Welche Ziele verfolgt Ihr Unternehmen beim Thema "Enterprise 2.0"? (Maximal 5 Nennungen) n = 104

# E2.0 hat aber natürlich auch Risiken – insb. das Thema der Datensicherheit wird kritisch gesehen

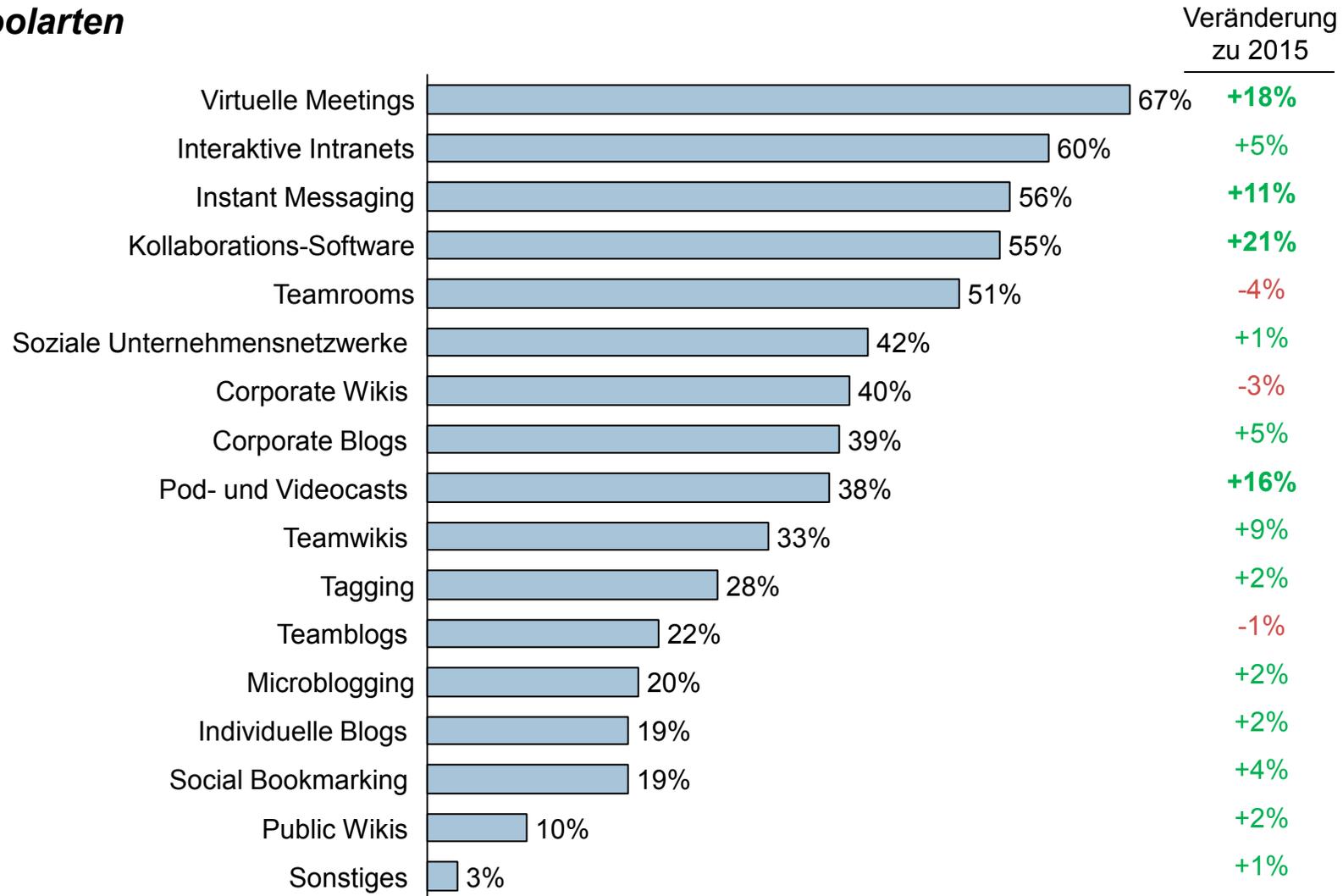
## E2.0-Risiken



Frage: Welche Risiken sehen Sie beim Thema "Enterprise 2.0"? (Mehrfachnennungen möglich), n = 110

# Die E2.0-aktiven Unternehmen nutzen eine Vielzahl an unterschiedlichen Social Media-Tools bzw. -Features

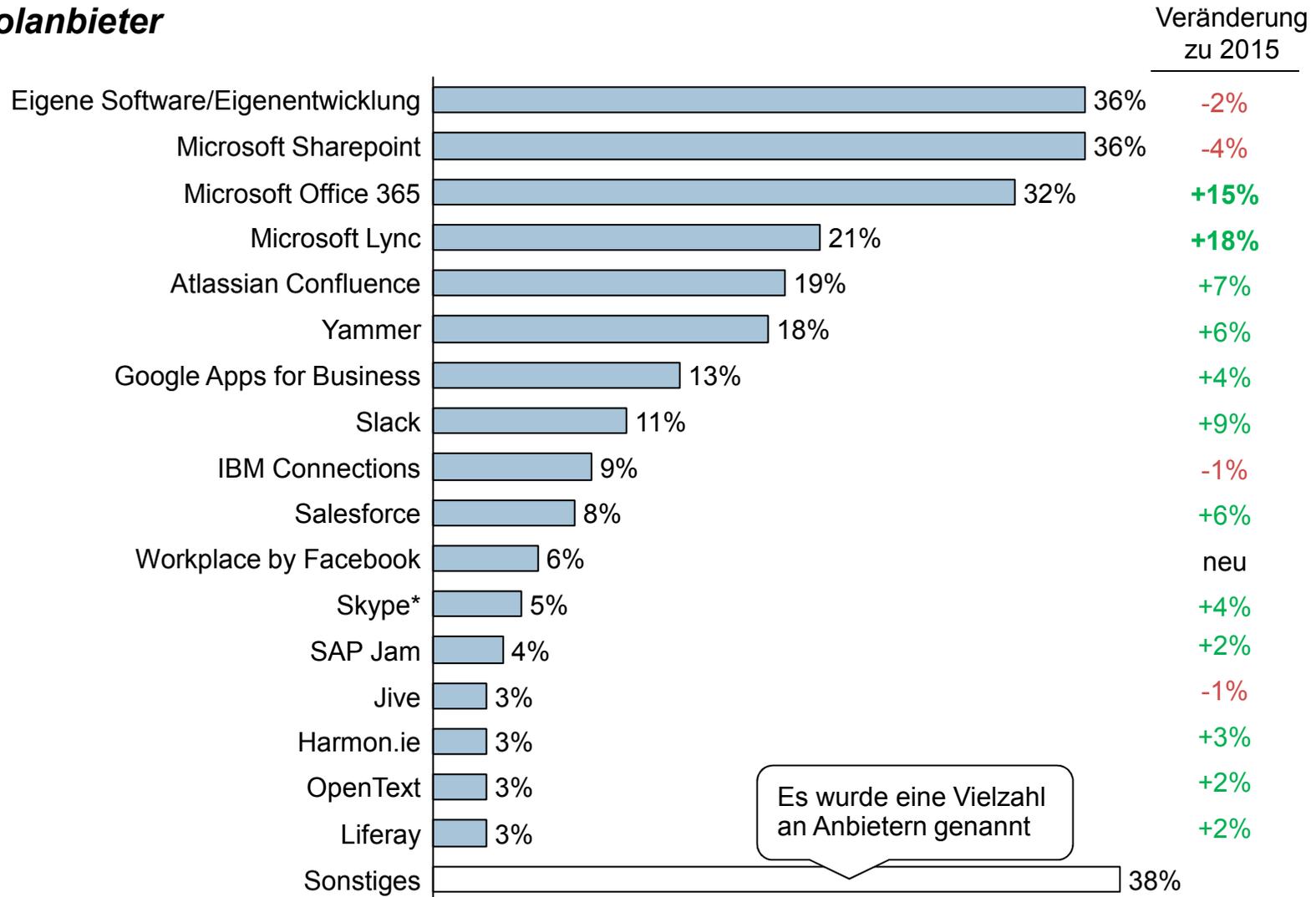
## E2.0-Toolarten



Frage: Welche Enterprise 2.0-Tools bzw. Features nutzen Sie konkret? (Mehrfachnennung möglich) n = 104 in 2017 bzw. 172 in 2015

# Neben Eigenentwicklungen spielt Microsoft eine dominierende Rolle

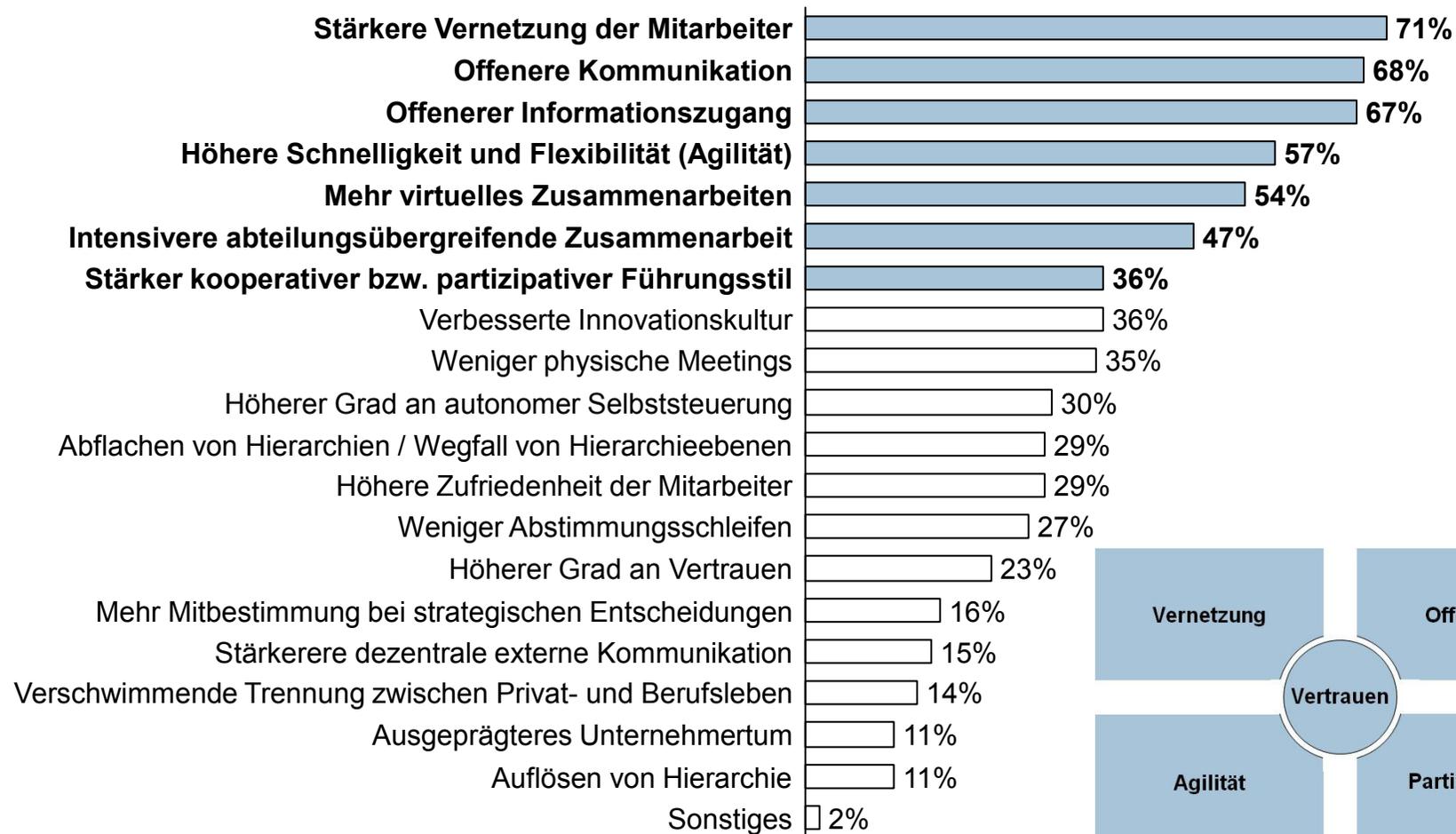
## E2.0-Toolanbieter



Frage: Welche/n Anbieter nutzt Ihr Unternehmen für "Enterprise 2.0"? (Mehrfachnennung möglich) n = 104 \* = ungestützte Antworten

# In den Konsequenzen von E2.0 spiegeln sich die Charakteristika des VOPA+ Modells wider

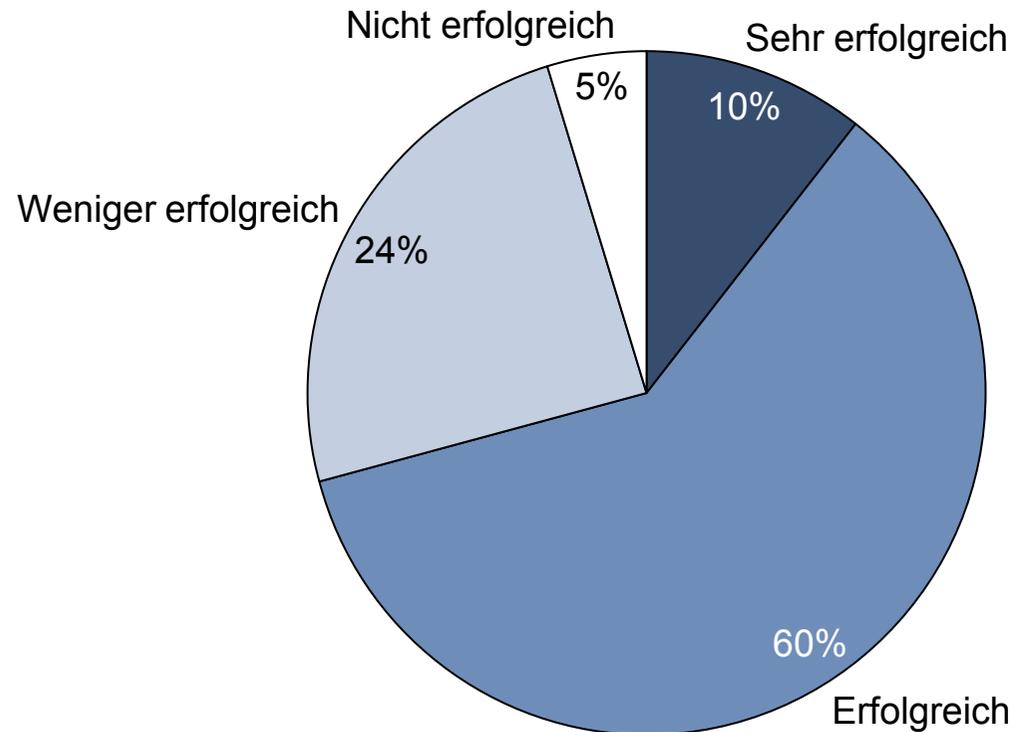
## E2.0-Konsequenzen



Frage: Was sind die wichtigsten Veränderungen im Unternehmen, die Sie als Folge der Entwicklung in Richtung "Enterprise 2.0" erwarten (würden)?  
(Mehrfachnennungen möglich), n = 110

# 70% der Unternehmen beurteilen ihre Enterprise 2.0-Maßnahmen als erfolgreich – allerdings nur 10% als sehr erfolgreich

## E2-0-Erfolg



Frage: Wie beurteilen Sie den Erfolg der bisherigen Enterprise 2.0-Maßnahmen im Unternehmen? n = 86

# AGENDA

---

## 1. Studienhintergrund und -teilnehmer

## 2. Zentrale Studienergebnisse

- Digitalisierung als Treiber von Enterprise 2.0
- Entwicklungsstand von Enterprise 2.0
- Ziele von Enterprise 2.0
- Risiken von Enterprise 2.0
- Enterprise 2.0-Tools
- Konsequenzen von Enterprise 2.0
- Erfolg von Enterprise 2.0

## 3. Fazit



# Das Thema Enterprise 2.0 hat an Dynamik, nicht aber an Bedeutung verloren

---

## *Fazit*

- Die aktuellen Studienergebnisse zeigen eine hohe und weiter zunehmende Relevanz der Digitalisierung.
- Je größer die Auswirkungen der Digitalisierung eingeschätzt werden, desto stärker beschäftigen sich die Unternehmen mit Enterprise 2.0-Ansätzen.
- Insgesamt beschäftigen sich 76% der Studienteilnehmer mit dem Thema.
- Vergleicht man dies mit den früheren Studien, zeigt sich – nach der von 2010 bis 2015 zu beobachtenden, stetigen Bedeutungszunahme – eine Stagnation.
- Auch die abnehmende Studienteilnehmerzahl und der Rückgang an Studienteilnehmern, die Enterprise 2.0 klar definieren können, deutet darauf hin, dass zumindest der E2.0-Begriff seinen „Zenit überschritten“ hat. Es scheint sich derzeit eher die Bezeichnung „Social Collaboration“ durchzusetzen.
- Passend zu den in den früheren Studien geäußerten Wünschen, ist das Thema Enterprise 2.0 im Vergleich zu früheren Jahren zunehmend in Geschäftsführer-Verantwortung.
- Allerdings hat nur ein gutes Viertel der E2.0-aktiven Unternehmen eine E2.0-Strategie.
- Enterprise 2.0 soll – über den Hebel einer verbesserten internen Kommunikation und Zusammenarbeit – zu einer ganzen Reihe verschiedener Ziele beitragen.
- Dementsprechend nutzen die E2.0-aktiven Unternehmen eine Vielzahl an unterschiedlichen Social Media-Tools bzw. -Features
- In den Konsequenzen von E2.0 spiegeln sich die Charakteristika des VOPA+ Modells wider, d.h. Enterprise 2.0 soll den Unternehmen helfen, vernetzter, offener, partizipativer und agiler zu werden.
- Es klafft allerdings eine mehr oder weniger große Lücke zwischen Erwartung und Umsetzung.
- Deshalb kann es nicht verwundern, dass zwar 70% der Unternehmen ihre Enterprise 2.0-Maßnahmen als erfolgreich beurteilen – allerdings nur 10% davon als sehr erfolgreich.



# Gerne können Sie Kontakt zum Studienautor aufnehmen

---

## *Kontakt*

Prof. Dr. Thorsten Petry  
Lehrstuhl Organisation & Personalmanagement  
Wiesbaden Business School  
Hochschule RheinMain  
[thorsten.petry@hs-rm.de](mailto:thorsten.petry@hs-rm.de)

