

T. Arns, M. Bentele, J. Niemeier, P. Schütt, M. Weber (Hrsg.)
**Wissensmanagement und Social Media –
Markterfolg im Innovationswettbewerb**

ISBN 978-3-95545-027-4

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Veröffentlicht im GITO Verlag 2013
Gedruckt und gebunden in Berlin 2013

© GITO mbH Verlag Berlin 2013

GITO mbH Verlag
für Industrielle Informationstechnik und Organisation
Detmolder Straße 62
10715 Berlin
Tel.: +49.(0)30.41 93 83 64
Fax: +49.(0)30.41 93 83 67
E-Mail: service@gito.de

Internet: www.gito.de



Dieses Buch enthält die Vorträge auf dem Kongress KnowTech 2013. Alle Angaben in diesem Buch wurden von den Autoren mit größter Sorgfalt erarbeitet bzw. zusammengestellt. Fehler werden nicht ausgeschlossen. Die Herausgeber und die Autoren weisen darauf hin, dass sie weder eine Garantie noch die juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für Folgen, die auf fehlerhafte Angaben zurückgehen, übernehmen können.

ISBN 978-3-95545-027-4

KnowTech 2013

Veranstalter, Organisation, Marketing

Bitkom Servicegesellschaft mbH

Schirmherr

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)

Kooperationspartner

Deutscher Crowdsourcing Verband e.V.
Gesellschaft für Wissensmanagement e.V. (gfwm)
Institute of Electronic Business e.V.
Social Media Excellence Circle
Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA)
VOICE - Verband der IT Anwender e.V.

Medienpartner

All about Sourcing	DOKmagazin
brand eins	e-commerce Magazin
Community-of-Knowledge.de	Springer für Professionals
CROWDSOURCINGBLOG.DE	XING-Gruppe ,Knowledge Management' (xingKM)
digitalbusiness	

Sponsoren

bluebee.mobi	Group Business Software AG
CID GmbH	intelligent views gmbH
Drivve GmbH & Co. KG	

Wissensmanagement und Social Media – Markterfolg im Innovationswettbewerb

Kongressband zur KnowTech 2013
15. Kongress zum Wissensmanagement und Social Media
in Unternehmen und Organisationen

Hanau, 8.-9. Oktober 2013
Congress Park Hanau
Schlossplatz 1, 63450 Hanau, Deutschland

www.knowtech.net

Platin-Sponsor



Gold-Sponsoren



Silber-Sponsoren



Inhalt

KEYNOTES

- Open Innovation – Der Kunde will mitreden:
Crowdsourcing als Paradigmenwechsel im Innovationsmanagement**
Catharina van Delden, CEO, innosabi GmbH,
Mitglied des Präsidiums, BITKOM e.V.; Vincent Ulvi Aydin,
Head of Business Development, innosabi GmbH 19
- Neubestimmung der Privatheit –
Auf dem Weg zu „Neuer Sozialität“**
Univ.-Prof. Dr. Hermann Hill, Lehrstuhl für
Verwaltungswissenschaft und Öffentliches Recht,
Deutsche Universität für Verwaltungswissenschaften Speyer 27
- Innovationsklima schaffen – ideenreich tagen:
Die Perspektive eines Tagungsmoderators**
Bernhard Wolff, Gründer und Geschäftsführer,
Think-Theatre GmbH 37

PLENARVORTRÄGE

- Die Geschichte der Zukunft –
Warum der Wohlstand vom Sozialverhalten abhängen wird**
Erik Händeler, Wirtschaftsjournalist 45
- Intelligente Informationsverarbeitung
für effizientere Marktbeobachtung –
Competitive Intelligence bei Liebherr Aerospace**
Maik Wollweber, R&T Portfolio Administrator, Projektleiter
Wissensmanagement, Liebherr-Aerospace Lindenberg GmbH;
Alexander Stumpfegger, Geschäftsführer,
CID Consulting GmbH 51

FORUM 1

*WISSENSMANAGEMENT UND SOCIAL MEDIA IM
UNTERNEHMEN – TECHNISCH-ORGANISATORISCHE ASPEKTE*

- Ein Tweet macht noch kein vernetztes Unternehmen –
Social Media Implementierung als Cultural Change
Projekt am Beispiel der Atos zero email Initiative**
Hermann Gouverneur,
CTO & Member of Scientific Community, Atos Deutschland 61
- Anwendungserstellung 2.0 –
Wie Fachabteilungen von Social Business profitieren:
Ein Paradigmenwandel in der Softwareentwicklung**
Roman Weber, Geschäftsführer, WebGate Consulting AG;
Andreas Richter, Vice President Marketing Europe,
GROUP Business Software AG 67
- Social Media: Was kommt als nächstes?**
Dr. Manfred Langen, Principal Key Expert für Social Computing,
Corporate Technology, Siemens AG 75
- MOOCs als Anwendungsfall in sozialen Intranets?
Erfahrungsbericht auf Basis des Management 2.0 MOOCs**
Simon Dückert, Geschäftsführer, Benedikt Scheerer,
Enterprise 2.0 Berater und Coach, Cogneon GmbH;
Christian Kuhna, Global HR - Talent & Learning -
Future Learning, adidas AG 85
- Das neue Intranet der GIZ – ein Kulturprojekt:
Fallstudie zur Einführung eines Social Intranet**
Roland Großmann, interne Unternehmenskommunikation,
GIZ Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH;
Tobias Mitter, Strategy Consultant, netmedianer GmbH 95
- Effektives und effizientes Social Media braucht einen Kulturwandel**
Frank Eberhard, Senior Executive Consultant,
Christian Kaczmarek, Specialist Consultant, wibas GmbH 103

Lösungsansätze zur Nutzung von Social Media in kleinen und mittelständischen Unternehmen Prof. Wolfgang Prinz PhD, stellv. Institutsleiter, Wolfgang Gräther, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Fraunhofer FIT	111
Social Enterprise Plattformen – Best of gleich Best for Use? Architekturüberlegungen aus Nutzersicht Dr. Hermann Löh, Senior Expert Collaboration, bridgingIT	119
Soziale Medien im Unternehmen der Zukunft – Erste Ergebnisse einer aktuellen Trendstudie Prof. Dr. Holger Sievert, Professor für PR und Kommunikations- management, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK); Horst Pütz, selbstständiger Kommunikationsberater, Horst Pütz Kommunikationsberatung/ sichtweise.net	129
Innovationsmotor: Wissensmanagement! Der kommunikative Kulturwandel in Unternehmen Inga Becker, Beraterin für Unternehmenskommunikation, supercreatives group gbr; Uwe Thorwest, Senior IT/SharePoint Consultant, HEC GmbH	139
Wissensbasierte kollaborative Einführung komplexer ERP-Prozesse Dr. Thomas Karle, Geschäftsführer Operations, Horus software GmbH	147

FORUM 2

WISSENSMANAGEMENT UND SOCIAL MEDIA IM UNTERNEHMEN – INNOVATIVE METHODEN UND EINSATZBEISPIELE

Integrated social workplace for knowledge worker Michael Schomisch, CIO, Detecon International GmbH	155
Die Einführung eines Social Intranets – Ohne Change Management kein Erfolg Jürgen Mirbach, Senior Consultant, Niklas Breuch, Consultant, T-Systems Multimedia Solutions GmbH	165

Meine Community und ich – Immer persönlich, immer Relevantes, immer Neues Jonathan Denner, Geschäftsführender Gesellschafter, nwebs GbR; Claudia Baumer, Marketing Communication Manager, intelligent views gmbh	173
Höhere Wertschöpfung durch Social Collaboration – Kompetenzentwicklung im Prozess der Arbeit und im Netz Prof. Dr. Werner Sauter, Wissenschaftlicher Leiter, Blended Solutions GmbH; Franz Peter Staudt, Geschäftsführer, The Competence House GmbH	179
Learning to Go – Mobile Learning: in 30 Minuten zur Learning App: Wissen Time-To-Market – Learning Apps im Vertrieb/ Verkauf, Support/ Service als Teil von Blended Learning Szenarien Torsten Maier, Inhaber, Wissen schafft Werte	189
Wir lesen und schreiben über Social Media - wo wird es gelebt? Jörg Thoß, Program Manager - Customer Experience Management, OpenText Software GmbH	197
Die unsichtbare Triebfeder in Großprojekten: Implizites Wissen von Experten – Explizieren mit narrativen Methoden am Beispiel des Baus einer Hochtechnologie-Halle Christine Erlach, Inhaberin, Beraternetzwerk NARRATA Consult; Stefan Lange, Leiter Engineering, MTU Aero Engines AG	207
Eine Kultur der Reflexion – Möglichkeiten und Grenzen einer toolbasierten kollaborativen Reflexion komplexer Zusammenhänge Kai Neumann, Senior Manager, Consideo GmbH; Claus-Peter Gabriel, Projektleiter, Service Optimierung, DB Systel GmbH	215
Projektorientiertes Wissensmanagement 2.0 – Lessons Learned als fester Bestandteil der Projektabschlussphase Sebastian Peneder, Projektmanagement Office/Wissensmanagement, Kapsch BusinessCom AG	225

**Personalentwicklung mit Social Media –
Beispiele und Erfahrungen der SAP AG**
Thomas Jenewein, Principal - Solution Management & Business
Development, SAP Education, SAP AG 237

**Break Down The Silos! –
Wie man 74,000 Mitarbeiter in aktive Nutzer
eines sozialen Netzwerks verwandelt**
Alexandra Nelles, Industry Analyst, Alcatel-Lucent 247

Identifikation und Transfer von Wissen: Ein Fall für Social Media?
Alexander U. Reik, Helena Hashemi Farzaneh,
Dr.-Ing. Maik Maurer, Wissenschaftliche Mitarbeiter,
Lehrstuhl für Produktentwicklung,
Technische Universität München 255

FORUM 3

UNTERNEHMEN UND ORGANISATIONEN IM SOCIAL WEB: INNOVATIV UND NAH AM KUNDEN

**The Analysis of Opinion Groups needs revised
Opining Mining and Big Data**
Prof. Dr. Lothar Simon, Lehrbeauftragter am Lehrstuhl für
Wirtschaftsinformatik, Technische Universität Dresden;
Dr. Kay-Uwe Michel, Senior Consultant,
T-Systems Multimedia GmbH 265

**Das „Wie“ und „Warum“ in Social Media Research –
Social Media Analyse und Monitoring in Zeiten chaotischer Tool-
Landschaften und Big Data**
Rochus Landgraf, Head of Research / Social Media Manager,
webguerillas GmbH; Yasan Budak, Mitgründer und Head of Consulting,
VICO Research & Consulting GmbH 273

Die Wiederverzauberung der Organisation – Storytelling in Change-Prozessen Uta Dornig, Wissensmanagerin, DB Systel; Carsten Tesch, freier Journalist	281
Content Marketing in B2B-Unternehmen – Grundlagen von der Strategie bis zur Umsetzung Lisa Frischer, Managerin Social Media und Online-Communications, TÜV Rheinland Cert GmbH	289
Stärkung des sozialen Geltungsanspruchs von Unternehmen im Netz – Plädoyer für juristisches Online-Reputation-Building David Ziegelmayer, Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz, CMS Hasche Sigle	299
Vom Unbeteiligten zum Change-Agent – „Maier, ich bleib dabei!“ Ein kollaboratives Lehrstück in drei Akten. Siegfried Lautenbacher, geschäftsführender Gesellschafter, Beck et al. Services; Dr. Alexander Klier, Verantwortlicher für Personalentwicklung, DGB Bildungswerk Bayern	305
Social Media Analytics: Automatische Analyse von Hotelbewertungen – Anwendungsbericht bei HRS Hotel Reservation Service Dr. Kornél Markó, Geschäftsführer, Dr. Katrin Tomanek, Projektleiterin, Averbis GmbH; Oliver Juwig, CTO und CIO, HRS Hotel Reservation Service	315
ROI-getriebener Support in Social Media – Best Practise eines Multimilliardenkonzerns Anja Bonelli, Business Development Executive, Telenet GmbH Kommunikationssysteme	323

**Crowdselling – mit innovativen Strategien zum Markterfolg:
Fallbeispiel KMU – Interaktionen mit der Masse
ermöglichen eine neue Dimension der Entwicklung
und des Vertriebs von Innovationen**
Dr. Reinhard Willfort, Geschäftsführer,
ISN - Innovation Service Network GmbH;
Wolfgang Hoch, Geschäftsführer, E-CCS;
Peter Hirschfeld, Inhaber, peter hirschfeld sales and provide for multiple;
Dr. Conny Weber, Projektmanagement,
ISN- Innovation Service Network GmbH 327

**Social Media Monitoring: A fool with a tool is still a fool –
Was Versicherungen aus Monitoring lernen können
am Beispiel der Allianz**
Jörg Forthmann, Geschäftsführer, Faktenkontor GmbH;
Alessandro Tonchia, Gründer, Valuescope GmbH 335

FORUM 4

*WISSENSMANAGEMENT UND SOCIAL MEDIA IM UNTERNEHMEN –
MANAGEMENTASPEKTE*

**Future Workplace: Was adidas Group Mitarbeitende, Studierende
und Jungunternehmer zu Wunsch und Wirklichkeit sagen**
Prof. Dr. Andrea Back, Direktorin, Universität St. Gallen;
Beate Stoll, Director End User Computing, adidas Group 349

Social Software aus Sicht von Führungskräften – Fluch oder Segen?
Dr. Alexander Richter, Prof. Dr. Michael Koch, Florian Jost,
Syrko Kulas, Michael Zagst; Universität der Bundeswehr München 357

**Social Business Erfolgsmessung – Praxisbericht aus dem Social
Business Projekt bei der Robert Bosch GmbH**
Dr. Cordula Präfrock, Head of Social Business Consulting,
CI/PJ-E2.0, Robert Bosch GmbH;
Dr. Christoph Tempich, Head of Consulting, inovex GmbH 367

Unternehmenskultur gestalten – Wie soziale Medien dabei wirken und ihrerseits davon profitieren können Martina Gräber, Referentin Knowledge Management, Martin Kimmich, Leiter Knowledge Management, Gerhard Peter, Referent Knowledge Management, Festo AG & Co. KG	375
Der stille Paradigmenwechsel: Soziale Führung – Wandel in der Arbeitswelt: Von Wissen zu „Weisheit“ Dr. Manfred della Schiava, Geschäftsführender Gesellschafter, MdS Network GmbH	383
Die digitale (R-) Evolution frühzeitig erkennen und bewältigen – Ganzheitlicher Weitblick als Erfolgsfaktor für Social Collaboration Projekte Sören Werner, Senior Strategy Consultant Social Collaboration, brightONE GmbH	391
Wissensmanagement zur Optimierung des Kundenservice – im Web und bei der persönlichen Beratung Dr. Florian Hilger, Innovation, Telenet GmbH Kommunikationssysteme; Irena Liszkowska, European Business Development Manager, Transversal Corporation Ltd	403
Social Media, Mobile Devices und BYOD – arbeitsrechtlich ein Spagat zwischen Können – Dürfen – Wollen Katharina Müller, LL.M. oec., Rechtsanwältin, Fachanwältin für Arbeitsrecht, Osborne Clarke	411
Wissensmanagement und Social Media verändern HR – oder bleiben HR und Datenschutz eisern? Tjalf Nienaber, Produktmanager Social Media, Integrata AG; Lars Kripko, Berater Datenschutz, BITKOM Consult	419

FORUM 5

INNOVATIV ZUSAMMENARBEITEN

- Workgroup Social Collaboration im Enterprise 2.0**
Anna Hansch, Projektleiterin, Sebastiano Mazzola, Consultant, iDeers
Consulting GmbH und Institute of Electronic Business e.V. 423
- Von Social Innovation zu Smart Collaboration –
Aktuelle wissenschaftliche Theorien und Daten
mit Beispielen aus der Unternehmenspraxis**
Stefan Keitel, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Fachgebiet
Innovationsökonomie, Technische Universität Berlin;
Thomas Klaus, IT-Consultant für Smart Collaboration, Xpoint0 431
- Netzwerkkompetenz und Innovationsfähigkeit in KMU –
Bedeutung des Mitarbeiternetzwerks für die Innovationskraft
im Unternehmen**
Gergana Vladova, Nadja Weber, Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen,
Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und E-Government,
Universität Potsdam 443
- Von denkenden Wissensarbeitern und Werkzeugen des Denkens –
Instrumente der Wissensarbeit begreifen als Spiegel menschlicher
Denkstile**
Stefan Holtel, Knowledge Workplace Maverick, brightONE GmbH 451
- Kundenintegration im Innovationsprozess –
Lead User Workshops in Theorie und Praxis**
Oliver Wiesener, Head of Business Development - New Technologies,
Schreiner Group 467
- Crowdtesting durch eigene Mitarbeiter –
Effizientes Testen von Unternehmenssoftware**
Markus Steinhauser, Manager Marketing und PR, Testbirds GmbH 475
- Prozessintegrierter Einsatz virtueller Methoden
im strategischen Technologie- und Innovationsmanagement**
Dr.-Ing. Stephan Oertelt, Innovations Manager, BMW Group;
Klaus Ulmschneider, Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Institut für Künstliche Intelligenz, Universität Ulm 483

**Ideenwettbewerbe bei Lufthansa Cargo -
erfolgreicher „Open Innovation“ Ansatz im B2B Bereich**
Benjamin Pfeifer, Leiter Sales Strategy & Business Development,
Lufthansa Cargo AG;
Dr. Johannes Gebauer, Leiter Innovation Contests, HYVE AG 497

**Mechanismen interdisziplinärer Zusammenarbeit in der
Produktfindung – Ansätze zur kollaborativen Ideengenerierung**
Daniel Eckelt, Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Markus Placzek, Wissenschaftlicher Mitarbeiter,
Heinz Nixdorf Institut, Universität Paderborn 503

FORUM 6

*NEUE TECHNOLOGIEN FÜR WISSENSMANAGEMENT UND SOCIAL
MEDIA*

**Der Einstieg in die Resonanzgesellschaft –
Wie Analytics und Big Data das Wissensmanagement verändern**
Dr. Peter Schütt,
Leader Collaboration Solutions Strategy & Knowledge Management,
IBM Deutschland GmbH 515

**Wissensmanagement-Trends 2013-2023 –
Was Anwender nutzen und Visionäre erwarten**
Dr. Toralf Kahlert, Dr. Lars Langenberg, Dr. Bernd Bredehorst,
Daphne Gross, Ingo Frost, Shaked Spier, Pumacy Technologies AG 525

**Eine Wissensplattform ohne Competence Center
ist wie ein Porsche ohne Motor!**
Peter Sturm, stellv. Projektleiter Intranet, Bundesagentur für Arbeit;
Thomas Ballmeier, Senior Consultant,
Alexander Sterff, Senior Consultant, Computacenter AG & Co oHG 533

Knowledge as a Service – Ein neues Spektrum von web-basierten Informationsangeboten für Unternehmen	
Klaus Reichenberger, Geschäftsführer, intelligent views GmbH	541
Sprachprofiling-Methoden als Werkzeug für Social Media Monitoring – Implizites explizit machen	
Oren Halvani, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Dr.-Ing. Martin Steinebach, Abteilungsleiter Media Security and IT Forensics, Fraunhofer SIT	549
Google Glass & Co. – Neue Herausforderungen durch neue Wissenstechnologien	
Christian Rein, Rechtsanwalt, CMS Hasche Sigle	559