Enterprise 2.0

Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz
von Social Software in Unternehmen

von

Michael Koch,
Alexander Richter

2., aktualisierte und erweiterte Auflage

Oldenbourg Verlag München

Inhalt

Geleitwort	VII
Vorwort zur zweiten Auflage	IX
Vorwort zur ersten Auflage	XIII
1 Web 2.0, Social Software und Groupware	1
1.1 Web 2.0.....:	1
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 Was dieses Buch nicht will.....	20
2 Anwendungsklassen	23
2.1 Weblogs und Microblogs.....	23
2.2 Wikis und Gruppendeditoren.....	37
2.3 Social Tagging.....	46
2.4 Social Networking Services.....	53
2.5 Instant Communication.....	67
3 Anwendungsfelder für Social Software im Unternehmen	75
3.1 Gemeinsames Erstellen von Dokumenten oder Produkten (in Teams).....	78
3.2 Kontaktmanagement und Expertensuche.....	87
3.3 Wissensverbreitung.....	96
3.4 Wissenserhaltung/Corporate Memory.....	115
3.5 Koordination und Informationstransparenz.....	123
3.6 Fazit.....	136

4	Allgemeine Herausforderungen bei Enterprise 2.0	139
4.1	Motivation, Aufwand und Nutzen, Benutzbarkeit und Kooperationsbereitschaft...	140
4.2	Konkurrenz zu etablierten Medien — rationale Medienwahl.....	159
4.3	Change Management und Partizipative Gestaltung.....	165
4.4	Datensicherheit, Datenschutz und Privatsphäre.....	174
4.5	Produktivität und Return on Investment.....	179
4.6	Mehrsprachigkeit.....	183
4.7	Fazit.....	187
5	Ausblick - Und was noch?	189
5.1	Social Commerce.....	190
5.2	Web3.0undSemanticWeb?.....	200
5.3	Virtuelle Welten und 3D-Benutzungsschnittstellen.....	206
5.4	Ubiquitäre Benutzungsschnittstellen.....	213
	Literatur	225
	Abkürzungen	239
	Glossar	243
	Index	255