



Informationsgesellschaft 2010

Konvergenz der Medien

IT-basierte öffentliche Dienste

Sicherheit und Vertrauen

Hightech-Strategie

IuK im Mittelstand

IKT und Gesundheit

Verbraucherfreundliche IT

E-Justice

Dritter Nationaler IT-Gipfel

Medien der Zukunft
***DNA*digital –**
Im Dialog mit der Generation Internet

Arbeitsgruppe 2: Konvergenz der Medien

Redaktion

Projektgruppe Medien der Zukunft
in der IT Gipfel Arbeitsgruppe 2
„Konvergenz der Medien – Zukunft der Netze und Dienste“

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Druck

Peschke Druck GmbH, München

Bildnachweis

Maksim Filipchuk – Fotolia (Titel); Oliver Berger

Herausgeber

Bundesministerium für
Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit/IA8
11019 Berlin
www.bmwi.de

Stand

November 2008



Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ist mit dem audit berufundfamilie® für seine familienfreundliche Personalpolitik ausgezeichnet worden. Das Zertifikat wird von der berufundfamilie eGmbH, einer Initiative der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung, verliehen.



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

3. Nationaler IT-Gipfel

Medien der Zukunft ***DNA*digital –** **Im Dialog mit der Generation Internet**

Arbeitsgruppe 2: Konvergenz der Medien

Inhalt

Vorwort	5
1. Die mediale Zäsur und Perspektive in der deutschen Wirtschaft	6
2. Das Ziel	8
3. Die Themen	9
4. Das Erbgut der „Digital Natives“	10
5. Die Plattform	11
6. Die Konferenzen – Open Spaces	12
7. Ein Ausblick	18
8. Mitwirkende	19

Vorwort

Die Projektgruppe „Medien der Zukunft“ in der AG 2 des nationalen IT-Gipfels wurde im Nachgang des zweiten Gipfels in Hannover konstituiert, um sich eingehender mit den Fragen der Konvergenzwirkung in Wirtschaft und Gesellschaft auseinanderzusetzen. Dabei wurde den Beteiligten bereits in den ersten Überlegungen deutlich, dass gerade dieses Themenfeld die Chance bietet, ein Manko des bisherigen Gipfelprozesses zu beheben und die junge Generation stärker in die Diskussion einzubeziehen. Vielmehr noch wuchs im Rahmen der thematischen Eingrenzung die Erkenntnis, dass Unternehmen und Politik in der Anwendung neuer Internet-Technologien in einem Maße von den heranwachsenden Generationen lernen könnten, dass die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands durch eine neue Dynamik der Gemeinsamkeit nachhaltig positiv beeinflusst werden könnte.

► „Der offene Dialog mit ‚Digital Natives‘ ist für Unternehmen essenziell. Man sollte dem Nachwuchs zugestehen, dass er erstmals in der Geschichte der Menschheit in wesentlichen Fragestellungen eine wirkliche Autorität besitzt. Wir können viel von ihm lernen und damit sollten wir schnellstmöglich beginnen!“

Don Tapscott

Autor von *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything* (Dezember 2006) und *Grown Up Digital* (November 2008)

Als erstes Projekt wurde 2008 die Initiative „DNA*digital*“ gestartet. Hier wurde mit über 300 Beteiligten auf der Internet-Plattform www.dnadigital.de und mit Teilnehmern – „Digital Natives“ und Vertretern von Wirtschaft und Politik – auf einem ganztägigen Open-Space-Workshop an wesentlichen Zukunftsfragen im Kontext der Nutzung von neuen Internet-Anwendungen (Web 2.0, insbesondere Social Networks) in Unternehmen gearbeitet.

Diese Nutzung von Web 2.0-Werkzeugen im Unternehmen lässt sich unter dem Begriff Enterprise 2.0 fassen. Sie bringt nicht nur einschneidende technische Entwicklungen mit sich, sondern stellt vor allem eine umfassende unternehmenskulturelle Änderung dar. Insofern steht Deutschland einmal mehr vor einem Wandel, der technologisch angestoßen ist, jedoch maßgeblich gesellschaftliche Konsequenzen hat.

1

Die mediale Zäsur und Perspektive in der deutschen Wirtschaft

Der kanadische Medientheoretiker Marshall McLuhan kannte 1967 weder Internet noch „Social Media“ als er konstatierte „The medium is the message“. Doch er erkannte, dass jedes Medium, das der Mensch erschafft, ihn selbst neu erschafft. Die Technologie der „Social Media“ hat erstmals nicht nur die Reichweite ihrer Generation gesteigert, sondern sie vernetzt. Die nach 1980 Geborenen, die so genannten „Digital Natives“, sind in einer interaktiven Kultur aufgewachsen. Dazu gehören Blogs, RSS-Feeds, Wikis und Instant Messaging für den Wissensaustausch 2.0, denn aus ihm nährt sich ihre Produktivität und Kreativität.

Im Zuge dynamischer Märkte und der Konvergenz der Medien sind diese „Digital Natives“ in Zukunft der Schlüssel zu Zielgruppen, Leistung und Innovation. Unternehmen eröffnen sie eine Perspektive auf verkürzte Entwicklungsprozesse, effektive Marketing-Aktivitäten, höhere Eigenverantwortung der Mitarbeiter, bessere Nutzung von Wissen im Unternehmen sowie das strategische Bewusstsein für globale Märkte. Ihre Kultur bedeutet für Unternehmen außerdem einen Vorsprung im Wettbewerb um die besten Mitarbeiter.

Viele deutsche Unternehmen sind sich der vor ihnen liegenden Herausforderung bewusst. Laut des Positionspapiers „Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0“ des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM) vom August 2008, sind Wikis und Instant Messaging in Unternehmen schon weit verbreitet. 87 Prozent der über 400 Befragten meinen weiterhin, dass Web 2.0-Technologien im eigenen Unternehmen an Bedeutung gewinnen werden.

Dafür müssen Management und Unternehmen sich jedoch von innen heraus verändern. Denn das vernetzte Arbeiten der neuen Generation kollidiert mit der industriell geprägten Organisation heutiger Unternehmensstrukturen. Kollaboration, Selbstorganisation und Transparenz stoßen an Abteilungsgrenzen und Kontrollmechanismen. Damit Unternehmen die Perspektiven der digitalen Kultur als eigene Stärken entfalten können, müssen sie neue Strukturmodelle entwerfen und ihre Wegbereiter verstehen. Dieser Aufgabe widmet sich die Initiative

DNAdigital, indem sie deutsche Unternehmenslenker mit „Digital Natives“ über einen unmittelbaren Dialog vernetzt.

Das Projekt unter Leitung des Hamburger Unternehmens CoreMedia AG manifestiert sich in drei Bausteinen:

1. Im September 2008 startete www.dnadigital.de. Die Online-Plattform vernetzt Interessierte und bildet die Schnittstelle für Informationen, Veranstaltungstermine und Live-Chats sowie für Diskussionen Interessierter im Rahmen einer Internet-Community.
2. Die Open-Space-Begegnung am 3. November 2008 in Berlin bildete die erste persönliche Synapse zwischen Lenkern und Nachwuchs. Rund 50 Entscheider aus Wirtschaft und Politik trafen Vertreter der Generation Internet und internationale Experten wie Don Tapscott. Ziel des Treffens war es, ein Zukunftspanorama der digitalen Arbeitswelt zu entwerfen. Der Ablauf der offenen, selbstorganisierten Konferenz folgte keinem konventionellen Programm, sondern der produktiven Themenbildung entlang von Prozessschritten vor Ort.
3. Beim Dritten Nationalen IT-Gipfel am 20. November 2008 in Darmstadt schließlich werden die Ergebnisse aus der Open-Space-Begegnung zwischen Wirtschaftslenkern und der nachrückenden Generation vorgestellt und weiterführend diskutiert. Nachfolgend werden ausgewählte Projektideen gemeinsam durch „Digital Natives“ und Unternehmen umgesetzt.



► „Der Gedanke des ‚Vernetzten Lebens und Arbeitens‘ steht für uns bei der Deutschen Telekom AG im Zentrum unserer Innovationsaktivitäten. ‚Googeln‘, ‚bloggen‘ oder ‚simsen‘, mit der Technologie verändert sich auch unser Kommunikationsverhalten permanent. Diese Trends muss man frühzeitig erkennen bzw. verstehen und das am Besten im Dialog mit denen, die sie setzen und gestalten – den ‚Digital Natives‘.“

René Obermann

Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom AG

► „Von der ‚Generation Internet‘ lernen wir, wie man ‚voll vernetzt‘ kommuniziert, sich informiert und zusammenarbeitet. Diese Generation ist Trendsetter im privaten Bereich, und wird es auch für die Geschäftswelt sein. Hier in den direkten Austausch mit „Digital Natives“ zu kommen, ist das Spannende an „DNAdigital“. Wir erwarten uns wichtige Impulse für die weitere Entwicklung von Internetdiensten für die Zukunft.“

Alf Henryk Wulf

Stellvertretender Vorstandsvorsitzender
Alcatel-Lucent Deutschland AG



2 Das Ziel

Ziel und zentrale Vision der Initiative DN*digital* ist es, die Auswirkungen des gesellschaftlichen Wandels für Unternehmen und Mitarbeiter zu formulieren und in eine produktive, gemeinsame Verantwortung zu überführen. Dazu gehört das Verständnis der Zäsur zwischen den Generationen am Arbeitsmarkt ebenso wie Fragen nach Kollaboration, Transparenz und Kontrolle in Unternehmen. Der notwendige Wandel dieser Strukturen erfordert Mut und Offenheit, von der Führung wie von den Mitarbeitern, wie aktuelle Beispiele illustrieren. In gemeinsamer Verantwortung von Einflussnehmern aus der Wirtschaft und aus der digitalen Kultur sollen Ideen, Projekte und praktische Konzepte für die Gestaltung der zukünftigen Arbeitswelt entstehen.



► „Wir wollen mit der Internet-Plattform und darüber hinaus den ungefilterten, selbstorganisierten Dialog zwischen ‚Digital Natives‘ und hochrangigen Vertretern von Wirtschaft, Politik und Medien ermöglichen. Gemeinsam wollen wir den wirtschaftlichen, sozialen und gesellschaftlichen Wandel diskutieren. Denn nur so können alle Gruppen auch ein Stück Verantwortung bei der Gestaltung unserer Zukunft übernehmen.“

Dr. Willms Buhse

CoreMedia AG und Projektleiter der Initiative



► „Zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen spielen Produktivität und Innovationen eine entscheidende Rolle. Hierfür sind weltweite Vernetzung und offene Kollaboration mit Kunden, Partnern und Privatpersonen entscheidende Faktoren. Für ‚Digital Natives‘ ist diese Form der globalen Kommunikation und Interaktion heute bereits selbstverständlich. Sie werden damit wichtige ‚Change Agents‘ zur Transformation von Geschäftsprozessen und der Kommunikationskultur in Unternehmen.“

Michael Ganser

Senior Vice President Cisco Europe und
General Manager Cisco Germany

3 Die Themen

Als Ausgangspunkt der gemeinsamen Diskussion wurde das Leitthema „Enterprise 2.0 – Medien in der Arbeitswelt der Zukunft“ gewählt. Die Internet- und Web 2.0-Technologien haben der zunehmenden und globalen Vernetzung von Organisationen und Personen bedeutende Impulse verliehen. Mehr als andere Technologien unterstützen sie die Partizipation von Mitarbeitern und Bürgern und damit auch den Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft. Enterprise 2.0 ist gleichermaßen Folge und Treiber dieser Entwicklung. Enterprise 2.0 ist weit mehr als eine Technologie. Die Möglichkeiten im Bereich Kommunikation und Kollaboration werden den organisationalen Wandel begleiten und maßgeblich beeinflussen.

Die in Vorbereitung u. a. durch das BITKOM-Positionspapier „Enterprise 2.0 – auf der Suche nach dem CEO 2.0“ hergeleiteten zentralen Thesen sind:

- ▶ Enterprise 2.0 ist eine Unternehmensphilosophie, die auf Selbstorganisation, flachen Hierarchien und Partizipation basiert.
- ▶ Durch die Entwicklung zum Enterprise 2.0 lassen sich die Talente von Menschen besser nutzen und verstärken.
- ▶ Durch eine intelligente Vernetzung der Menschen können Unternehmen schneller, flexibler und besser reagieren und Innovationszyklen verkürzen.
- ▶ Impulse für Innovationen ergeben sich aus neuen Formen der Diskussion und Vernetzung, die kollaboratives Arbeiten im Sinne von „Open Innovation“ erweitern.
- ▶ Die Methoden des Enterprise 2.0 verstärken die Fähigkeit zur Einbindung von externen Netzwerken und Partnern zur Steigerung der eigenen Dynamik und Flexibilität.
- ▶ Web 2.0 hat die Kostenbarriere für Selbstorganisation nachhaltig gesenkt. Mehr Transparenz schafft mehr Vertrauen und mehr Motivation.

- ▶ Wenn Entscheidungen mit Enterprise 2.0 stärker auf die operative Ebene verlagert werden können, steigen die Geschwindigkeit und der Erfolg.
- ▶ Agile und innovative Unternehmen sind attraktiver für qualifizierte Talente.
- ▶ Enterprise 2.0-Tools schaffen mehr emotionale Bindung und Involvement als Kommunikation über Telefon und E-Mail.

Die Entstehung des Begriffs Enterprise 2.0 ist eng mit Professor Andrew McAfee verbunden. Er ist einer der Schöpfer der Bezeichnung und fasst den Einsatz von Social-Networking-Plattformen im Unternehmenskontext als Enterprise 2.0. Darüber hinaus weist McAfee zu einem eng verwandten Themenfeld auf Folgendes hin: „Web 2.0 is an attitude, not a technology.“

Die Auswirkungen auf Unternehmen finden dabei auf zwei Ebenen statt: Diese können „in-the-flow“ und „above-the-flow“ liegen. Einerseits unterstützen Enterprise 2.0-Konzepte bei der alltäglichen Arbeit „in-the-flow“, also in den Arbeitsprozessen der operativen Ebene. Andererseits laden sie dazu ein, aus dem Prozess herauszutreten und Anmerkungen, Empfehlungen und Feedback „above-the-flow“ abzugeben. Diese beiden Ebenen verdeutlichen das Zusammenspiel von Enterprise 2.0 und der Unternehmenskultur.

4 Das Erbgut der „Digital Natives“

Der Begriff „Digital Natives“ wird auf den Artikel „Digital Natives, Digital Immigrants“ des US-amerikanischen Autors Marc Prensky zurückgeführt. Er zeichnet darin das Bild der nach 1980 geborenen Generation westlich geprägter Jugendlicher und junger Erwachsener entlang der strukturellen und kulturellen Vernetzung ihres Alltags über Social-Media-Technologien. Anders als die Generationen vor ihnen, die sich das Internet im Erwachsenenalter erschlossen haben, gestalten sie ihr Lernen, ihre Arbeit, ihre Unterhaltung und ihre Beziehungen ganz selbstverständlich vernetzt. Charakteristisch dabei ist, dass die Grenzen zwischen diesen traditionell getrennten Lebensbereichen für sie zerfließen, und dass sie durch das Teilen von Inhalten untereinander die Realität von Unternehmen und Märkten verändern.

- ▶ „Wir sind es gewohnt, uns eigenständig Informationen anzueignen – dabei ist für uns der permanente Zugang zu Wissen selbstverständlich. Wir lesen keine Tageszeitungen, da sie nicht aktuell genug und nicht persönlich auf uns abgestimmt sind. Wir gehen meist nur in Bibliotheken, weil unsere Professoren sich das innig wünschen und Wikipedia und andere Quellen, die auf dem ‚wisdom of the crowd‘ beruhen, immer noch als unseriös einschätzen.“

Jonathan Imme

geboren 1984, Musikmanager (u. a. Universal Music)
und Netzwerk-Entrepreneur (Freedu.de)

Der kanadische Autor und Unternehmensberater Don Tapscott, beschreibt in seinem Buch „Grown Up Digital“ (November 2008) die „Digital Natives“ basierend auf einer internationalen Umfrage. In einem Interview für die Plattform www.dnadigital.de skizziert er seine wichtigsten Erkenntnisse und zieht die Parallele zwischen den Verhaltensmustern und Wertvorstellungen der Nativen und den Erfolgseigenschaften innovativer, zukunftsfähiger Unternehmen.

- ▶ „They’re a generation that wants speed, and they want things to happen quickly. They want to customize everything. They are a generation that scrutinizes (...) and is bringing transparency and knowledge-sharing into the workforce.“

„Grown Up Digital“ (November 2008)



Livecast mit Don Tapscott auf dem Open Space am 3. November in Berlin

- ▶ „These and other norms are very consistent with what we define as the Enterprise 2.0. The new enterprise by definition is collaborative, it innovates through collaboration, collaboration that extends beyond its boundaries. Values and integrity and transparency are baked into the dna of this new enterprise.“
„Grown Up Digital“ (November 2008)
- ▶ „Work, learning, collaboration and having fun being the same activity, these kids have got it right. This is what the new model work is.“
„Grown Up Digital“ (November 2008)

5 Die Plattform – www.dnadigital.de



Auf der Webseite www.dnadigital.de werden alle Thesen, Gedanken, Veranstaltungen und Ergebnisse der Initiative dokumentiert. Alle Interessierten sind aufgerufen, sich an den Diskussionen zu beteiligen oder eigene Themen zu initiieren. Aktuelle Fragestellungen sind: Enterprise 2.0, Arbeitsweise heute und Modelle für die Zukunft, Technologie und Innovation, Lernen und Bildung 2.0.

Wie auch die Open-Space-Veranstaltungen steht die Webseite als vernetztes Format für eine vernetzte Kultur und ist verbunden mit DNAdigital-Seiten bei YouTube, in den Social Networks Facebook, studiVZ und MySpace sowie im Online-Lexikon Wikipedia. Mit www.dnadigital.de ist zudem ein Ort entstanden, an dem die begonnene Verbindung zwischen der deutschen Wirtschaft und „Digital Natives“ weiterentwickelt werden soll.

6 Die Konferenzen – Open Spaces

Der Begriff „Open Space“ bezeichnet eine Methode und ein strukturelles Format von Besprechungen und Konferenzen, die gekennzeichnet sind durch formale Offenheit und von ihren Teilnehmern demokratisch organisiert werden. Die Grundlagen bilden abgestimmte Themenvorschläge, Arbeitsgruppen, die Vernetzung der Arbeit und der Ergebnisse, mit dem Ziel, in kurzer Zeit eine Vielfalt von konkreten Maßnahmen zu produzieren.

Ergebnisse des Open Space der „Digital Natives“ am 17. Oktober 2008 in Berlin

Im Vorfeld des persönlichen Gesprächs mit Entscheidern der deutschen Wirtschaft und Politik am 3. November 2008 lud die Initiative *DNAdigital* zu einem Open Space unter „Digital Natives“ am 17. Oktober 2008 in Berlin ein. Rund 50 Studenten, junge Web-Entrepreneure und professionelle Blogger arbeiteten an ihrer Selbstdefinition, ihren Wertvorstellungen, Thesen und Wünschen auf das Gespräch mit deutschen Unternehmern hin.



Digital Natives

Ihre Selbstdefinition

Unsere Leitgedanken: share, connect and trust. Wir sind offen, medienaffin, kollaborativ, vernetzt, selbstbildend, Produzent und Konsument zugleich, mobil, kreativ, ungebunden, offensiv, kein Kunde, sondern ein Mensch mit Namen, auch im Netz, naiv und skeptisch zugleich, aktiv, online.

Ihre Fragen

Was sind unsere Werte? Was wollen wir von der Politik, von der Wirtschaft? Wie verändert sich dadurch die Gesellschaft? Wie kann uns die Initiative *DNAdigital* dabei helfen? Nehmen uns die Unternehmen ernst, sind wir ein wirklicher Gesprächspartner für sie? Wie schaffen wir Nachhaltigkeit mit unseren Forderungen? Wie kreieren wir Systeme, die uns nutzen und in denen wir uns wohl und zuhause fühlen?

Ihre Themen

- ▶ die Schaffung eines Ideenhauses mit „Digital Natives“
- ▶ das Leben ohne E-Mail im Unternehmen
- ▶ die sinnvolle und produktive Arbeitswelt von morgen
- ▶ Kontrolle vs. Vertrauen in der Wirtschaft
- ▶ und vieles mehr...



Ergebnisse des Open-Space-Gipfeltreffens am 3. November 2008 in Berlin

- ▶ „Die Veranstaltung war ein großes Experiment. Ein Versuch, etwas Neues zu starten und die ‚Philosophie‘ des Web 2.0/Enterprise 2.0 in die Gesellschaft/Wirtschaft zu tragen. Ein voller Erfolg!“

Alexander Rausch

Teilnehmer, mindlounge.de

Das erste Fundament des direkten Dialogs zwischen Entscheidern der deutschen Wirtschaft und „Digital Natives“ legte *DNAdigital* mit einem persönlichen Treffen beider Kulturen. Studenten, Web-Aficionados und Blogger kamen auf Augenhöhe mit CEOs und Führungskräften namhafter Unternehmen für einen Tag in Berlin zusammen.

In Arbeitsgruppen wurden Themen wie Kontrolle und Vertrauen, Arbeitsplatz der Zukunft, Social-Media-Index, Digital Zeitgeist, Bildung und Web 2.0, Geschäftsmodelle und Produktfindung lebhaft diskutiert und Nachfolgeprojekte entwickelt.

Per Video-Grußbotschaft eröffnete René Obermann, Vorstandsvorsitzender Deutsche Telekom AG, den Open Space. Mehr als 100 Teilnehmer, unter ihnen Entscheider, Management und Vorstände von Unternehmen wie Deutsche Telekom, Continental, Microsoft, Alcatel-Lucent, BITKOM, BMWi, Cisco, CoreMedia, Nokia Siemens Networks, OTTO, McKinsey, T-Systems, Yello Strom, Materna, Scholz&Friends und ZDF waren dabei.



Zur Einstimmung interviewten sich jeweils „Digital Natives“ und CEOs 30 Minuten zum Thema „Was bedeutet Enterprise 2.0 für Dich“ und näherten sich an. Im Anschluss wurden dann die Themen für die Gruppenarbeit gesammelt und in den jeweiligen Teams lebhaft nach den Prinzipien des Open Space diskutiert.



Achim Berg, Vorsitzender der Geschäftsführung Microsoft Deutschland GmbH, im Gespräch.

Einige Ergebnisse waren bereits online unter www.dnadigital.de dokumentiert. Nicht alle Themen wurden bearbeitet. Im Nachfolgenden ein Überblick über die Ergebnisse der Open-Space-Arbeitsgruppen.

Gruppe Kontrolle und Vertrauen

Ergebnisse bzw. Diskussionspunkte waren u. a. :

- ▶ Warum ist das Thema Kontrolle vs. Vertrauen wichtig?
- ▶ Sind Vertrauen und Kontrolle Gegensätze?
- ▶ Wofür sind Kontrollstrukturen gut?
- ▶ Strategien der Unternehmenstransformation
- ▶ Keine Befragungen, sondern Partizipation an offenen Problemen/Fragestellungen
- ▶ Schule und Studium fördern keine Kollaboration und interdisziplinäre Partizipation. (Politische Forderung zur Sicherung des Standorts Deutschland ist deren Förderung, auch zwischen Kulturen.)



Das waren die Open-Space-Themen.

Gruppe Arbeitsplatz der Zukunft

Problemstellungen im Unternehmen: Wissen wird nicht geteilt und geht verloren. Man weiß oft nicht, welcher Kollege über welches Wissen verfügt. Oft haben Mitarbeiter implizites Wissen, welches sich nicht einfach extrahieren lässt. Abteilungsübergreifendes Wissen ist ohne Wissensplattformen sehr schwierig.

Tools

Blog, Wiki, Forum, Messenger, Mitarbeiterprofile (Expertfinder), Microblogging, RSS sowie Video, Podcast und Shared Documents.

Nutzen

Wissen und Kommunikation wird effizienter und transparenter. Informationen können schneller transportiert werden. Vorhandene Informationen können besser gesucht und gefunden werden. Diskussionen mit unternehmensweitem Input. Aufhebung von Ort, Zeit und Abteilungsdenken/Abhängigkeiten.

Engpässe

„Information Overload“ schreckt viele von weiteren Tools ab. Filter, Abos und Empfehlungssysteme werden nötig. „Man muss nicht alles Wissen.“ E-Mail wird über kurz oder lang durch andere Tools abgelöst. Es ist eine neuartige Form von Vernetzung und Kommunikation. Viele Mitarbeiter haben jedoch Angst davor, ihr Wissen preis zu geben, etwas Falsches zu schreiben. Letztlich scheitern viele Tools an der Größe eines Unternehmens ... oder?

Gruppe Social-Media-Index

Der Social-Media-Index (SMI) ist ein Messwert, der angibt, wie gut ein Unternehmen im Bereich Social Media aufgestellt ist.

Er ist ein Gradmesser für die Nutzungsstärke im Unternehmen, die Reichweite der Anstrengungen und die Beteiligung der Nutzer außerhalb des Unternehmens.

Darüber hinaus lässt sich die Kommunikationsstärke eines Unternehmens mit dem Wert des SMI korrelieren, während mit den Ergebnissen gleichzeitig Reputations-Management betrieben werden kann.



Im Anschluss an die Gruppenarbeit schaltete sich Don Tapscott live per Videochat aus Toronto dazu und gab Feedback zu Fragen und Anregungen zum Thema.

Der Social-Media-Index wird in der Gewichtung permanent dem aktuellen Kommunikationsverhalten angepasst und kann jederzeit ermittelt werden. Ein großer Vorteil gegenüber konventionellen Studien.

Der SMI kann sich Branchenbedürfnissen anpassen, indem verschiedene Bewertungssets genutzt werden können. Dadurch sind auch Messungen nur im internen oder externen Kommunikationsbereich eines Unternehmens möglich.

Gruppe Drei Kulturen

In Unternehmen gibt es drei Gruppen, die unterschiedliches Kommunikations- und Kollaborationsverhalten an den Tag legen: Natives, Learners und Ignorants. Es kommt darauf an, dass eine Strategie entwickelt wird, wie diese Gruppen miteinander kommunizieren und kollaborieren können.



Das Moderatoren-Team v.l.n.r.: Willms Buhse, Dominik Wind, Jonathan Imme, Ulrike Reinhard

Gruppe Produktfindung

Hier ging es um das Bedürfnis von „Digital Natives“, mit Konzernen in einen Dialog über Produktinnovationen oder Servicefragen treten zu können. Microsoft hat sich vorgenommen, gemeinsam mit „Digital Natives“ in den nächsten Wochen auf www.msn.de eine solche Feedback Funktion einzurichten und damit zu testen.

„Digital Natives“ haben sowohl in ihren Ansprüchen an Produkte als auch an die Kommunikation mit Unternehmen eine neue Herangehensweise. Sie erwarten Produktinnovationen, die an ihren Lebensstil angepasst sind, und wünschen sich einen Dialog „auf Augenhöhe“, in dem Wünsche und Verbesserungsvorschläge direkt in das Produkt einfließen. Beide Faktoren bilden eine Einheit: Ein offenerer Dialog, der auch die Schwachstellen von Produkten einbezieht, eröffnet die Chance, Produkte zu entwickeln, die auf diese neue Zielgruppe zugeschnitten sind, und die von ihr akzeptiert werden.

Wir entwickelten Konzepte, die es Kunden ermöglichen, auch großen Unternehmen mit möglichst geringem Aufwand Feedback zu geben. Neben dem Ziel, eine für Kunden attraktive Plattform zu bieten, lag ein Hauptaugenmerk darauf, diese Informationen für Unternehmen zur Verbesserung ihrer Produkte nutzbar zu machen. Gemeinsam mit „Digital Natives“ wird Microsoft in den nächsten Wochen eine konkrete Realisierung dieses Konzepts auf www.msn.de testen.“

Gruppe Mehrwert von Online-Portalen

Die Bedürfnisse von Unternehmen und Konsumenten bei der Nutzung von Online-Portalen wurden wie folgt ermittelt:

- ▶ Möglichkeiten zur Akquise
- ▶ Qualitätsindikator (für Kontakte, (Produkt-)Empfehlungen)
- ▶ Zeitersparnis (mit einem Klick alle Interessenten erreichen)
- ▶ Einfachheit (Komplexität vereinfachen, Usability erhöhen)
- ▶ Pflege von losen Beziehungen
- ▶ Feedback und Ideen bekommen
- ▶ Zugang zur eigenen Zielgruppe bekommen
- ▶ Kontrolle über eigene Kommunikation/ Herausgabe von Information
- ▶ Selbstdarstellung/-profilierung
- ▶ Reichweite

Zielsetzung ist, ein Empfehlungstool zu schaffen, um Konsumenten und Produzenten die Online-Portale mit dem für sie größten Nutzen zu empfehlen.



Gruppe Ideenhaus/Digital Zeitgeist

Mit dem Projekt „Digital Zeitgeist“ soll zum ersten Mal ein Rahmen geschaffen werden, in dem die spannendsten, innovativen Menschen aus den unterschiedlichsten Disziplinen zusammenkommen, um ihre eigenen Ideen und Visionen zu diskutieren, weiterzudenken und in konkreten Projekten umzusetzen. Dabei soll mit Wirtschaftsunternehmen, Stiftungen und der Politik zusammengearbeitet werden, um den jungen Menschen einen Raum zu bieten, in dem sie in einem abgesteckten Zeitrahmen ohne finanzielle Sorgen denken und agieren können und dabei begleitend gecoached werden. Im Austausch dafür erhalten die unterstützenden Partner Ideen und Lösungsskizzen für eigene Herausforderungen, die Möglichkeit spannende profit- und non-profit-Projekte zu fördern und junge Talente zu entdecken.

Wichtig bei dem Projekt „Digital Zeitgeist“ ist das Zusammenspiel zwischen online- und offline-Komponenten. Eine Online-Plattform könnte als Ideen- und Ressourcenbörse für Projekte für die jungen Innovatoren und die Unternehmen fungieren und den Verlauf der Projekte dokumentieren. Die Formate, in denen die Beteiligten offline zusammen kommen (Lunches, Summercamps oder irgendwann in einem eigenen Ideenhaus) werden in den nächsten Wochen ebenso wie die Selektionsmechanismen der Beteiligten der Arbeitsgruppe konzeptionell ausgearbeitet.



Gruppe Bildung und Web 2.0

Wie nutzen wir Web 2.0-Technologien für die Schule von Morgen?

- ▶ weniger die Inhalte zählen, sondern mehr die Umsetzung der Lernprozesse
- ▶ Idee von Wikipedia auf Schule übertragen, also Inhalte aus dem Netz nutzen
- ▶ andere Web 2.0-Tools für Austausch und Zusammenarbeit
- ▶ virtuelles Netzwerk für Lehrer zur Vor- und Nachbereitung

Nächste Schritte

- ▶ Recherche welche Plattformen es schon gibt
- ▶ Plattform aufsetzen
- ▶ Pioniere finden

Forderungen

- ▶ weg mit dem Berufsbeamtentum für Lehrer
- ▶ Auszeichnung/Lob für Lehrer, die sich in diesem Bereich besonders hervortun

Gruppe Geschäftsmodelle und Vertrauen

Besitzt Deutschland Standortvorteile im internationalen Web 2.0-Wettbewerb?

Web 2.0 ist international und erst in den letzten Jahren zeitgleich in aller Welt entstanden. Deutschland liegt in dieser Entwicklung daher per se weder vorne noch hinten. Deutschland profitiert grundsätzlich von einer im internationalen Vergleich gut ausgebauten Infrastruktur, die jedoch nicht flächen-

deckend ausgebaut ist und für neueste Anwendungen nicht immer ausreicht. Insbesondere der rasche weitere Ausbau von Glasfasernetzen wird über Deutschlands Zukunft als Web 2.0-Land entscheiden. Hemmend wirken sich noch die vergleichsweise hohen Zugangspreise aus.

Kulturell ist Deutschland gegenüber neuen Technologien sicherlich kein Vorreiter, nutzt aber nach einer Zeit der Prüfung Internetbasierte Anwendungen oft intensiver als vergleichbare Industrienationen. Die herausragenden Eigenschaften von Web 2.0 wie Transparenz, Entscheidungsfähigkeit auf allen organisatorischen Ebenen, Konfliktfähigkeit und Mitarbeiterbindung entsprechen damit den in Deutschland geübten Unternehmensprozessen. Verbessern müssen sich die in Deutschland schwache unternehmerische Risikoneigung sowie die mangelnde Präsenz von Web 2.0-Anwendungen im deutschen Bildungssystem. Gegenüber den USA verkauft sich Deutschland im internationalen Vergleich noch zu schlecht. Unterstützt wird das Projekt durch die Deutsche Telekom AG

Dennoch sehen wir Deutschland im internationalen Vergleich in einer eher starken Wettbewerbsposition.



► „Bis 2015 werden weltweit fünf Milliarden Menschen ‚connected‘ sein. Dies wird privates Verhalten, Geschäftsprozesse und Märkte lokal und global dramatisch verändern. Wir haben uns neu gegründet um den ‚Digital Natives‘ die Kommunikation zu ermöglichen, die ihren Bedürfnissen entspricht. Wir suchen den Dialog mit den Vorreitern der Nutzung des Netzes sowohl um zu lernen als auch um die Faszination der neuen Techniken weiterzugeben.“

Christoph Caselitz

Mitglied der Geschäftsführung von Nokia Siemens Networks



► „Mir hat die ernsthafte und engagierte Diskussion im Open Space gut gefallen. Das war ein sehr inspirierender Austausch, von dem Unternehmen und „Digital Natives“ profitieren. Wir haben uns im Workshop spontan entschieden, eine der Projektideen im Sinne der unmittelbaren Umsetzung zu unterstützen. Ich bin für DNDdigital sehr optimistisch und gespannt auf die weiteren Ergebnisse.“

Christopher Schläffer

Group Product & Innovation Officer Deutsche Telekom AG

7 Ein Ausblick

Mit dem persönlichen Treffen von Wirtschaft und digitalem Nachwuchs hat die Initiative den persönlichen Kontakt zwischen zwei am Arbeitsmarkt Einfluss nehmenden Kulturen hergestellt. Mit dnadigital.de hat sie eine Schnittstelle geschaffen, die in einem fortlaufenden Prozess Interessierte, Mitglieder und Teilnehmer auch zukünftig vernetzen kann. So soll sie dazu dienen, die begonnene Verbindung produktiv weiterzuentwickeln.

Die Ergebnisse des Open Space und ausgewählte Projekte werden auf dem Dritten IT-Gipfel am 19. und 20. November 2008 in Darmstadt präsentiert. Darüber hinaus dient die Plattform www.dnadigital.de zur weiterführenden Kommunikation, Dokumentation und Organisation von Projekten.

8 Mitwirkende

Mitwirkende der Projektgruppe „Medien der Zukunft“:

CoreMedia AG (Leitung)
Alcatel-Lucent Deutschland AG
Cisco Systems GmbH
Deutsche Telekom AG
Nokia Siemens Networks
sowie Hunderte von „Digital Natives“.

Kontakt:

Dr. Willms Buhse, CoreMedia AG
Willms.Buhse@coremedia.com



Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.