

## Institute of Electronic Business e.V.: Projekte 2012

Das IEB hat 2016 rund **50 Projekte** im Bereich der digitalen Kommunikation durchgeführt. Eine Projektauswahl finden Sie in der folgenden Übersicht.

Auftraggeber	Projekt
	Social Media Studie im HR-Management / Workshop-Planung „(Mehr) Wettbewerbsstärke durch HRM 2.0“
	Workgroup Social Collaboration im Enterprise 2.0
Auftraggeber	Projekt
	Social Media Maßnahme für „Deutschlands bester Autofahrer 2013“ / Social Media Maßnahmen für Auto Bild iPad App
	Vortrag „Open Innovation“
	Begleitmaßnahmen für motivierte Mitarbeiter und Führungskräfte
	Fortführung Social Media – Facebook Präsenz
	Social Collaboration
	Optimierung Vorschlagswesen / Open Innovation – Crowdsourcing Ideenwettbewerb / Social Media Guidelines
	Urban Communication / Kurzrecherche Disruptive Technologien
	Keynote: „Herausforderungen und Chancen in Social Collaboration“
	Hands-on Session Social Media
	Visualisierung der Studienergebnisse <i>Webtrends 2020</i> als Bewegtbild
	Evaluierung der Kieler Beschlüsse
	Begleitung Aufbauphase Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft

   	<p>IT-Strategietag: Vortrag „Intelligente Objekte &amp; Internet der Dinge“ / Einbindung von Mitarbeitern in Innovationsprojekte</p> <p>Social Collaboration und Dealer Involvement</p> <p>Buchveröffentlichung</p> <p>Vortrag „Innovationskultur“</p>
<b>Auftraggeber</b>	<b>Projekt</b>
    	<p>Innovation by Management 2012</p> <p>Zielkonzeption der Skubch&amp;Company Website</p> <p>Executive Hands-on Session „Social Media für Betriebsräte“</p> <p>Evaluation und Bewertung bisheriger Ressourcen und Einsatzmittel für die Online Aktivitäten des Volksbunds</p> <p>Usability Analyse für das Social-Media-Redaktionssystem der VW Service Deutschland</p>

Im Folgenden finden Sie ausgewählte Projektbeispiele näher beschrieben:



### ADP Employer Services GmbH – Social Media Studie im HR-Management

In der Online Studie sollte der Fragestellung nachgegangen werden, inwiefern Social Media-Anwendungen bereits Einzug in den Arbeitsalltag des HR-Managements gefunden haben. Das IEB übernahm dabei die Vorbereitung, Durchführung und Auswertung einer repräsentativen Nutzungsstudie zum Einsatz von Social Media-Anwendungen in der Personalpolitik mittelständischer Unternehmen.

Für ADP entstand somit ein Überblick über bereits genutzte Ressourcen und vor allem über Anwendungen, die noch nicht genutzt wurden aber erfolgversprechend sind. ADP kann mithilfe der Veröffentlichung der Studienergebnisse sowohl extern den eigenen Bekanntheitsgrad steigern, als auch interne Ansatzpunkte für neue Social Media-Anwendungen im HR-Management und dazu passende ADP-Seminare ermitteln.





**ADP Employer Services GmbH, Brötje Automation, Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR), Landesbank Berlin – Workgroup Social Collaboration im Enterprise 2.0**

Mitarbeiter brauchen Kommunikationslösungen, um die Vorteile von Social Media zu nutzen, doch wie können Enterprise 2.0-Anwendungen im Unternehmen strategisch eingeführt werden? Dies ist die Fragestellung bei der Expertengruppe Social Collaboration im Enterprise 2.0.

Die Workgroup bestand aus vier Unternehmen (ADP Employer Services GmbH, Berliner Stadtreinigungsbetriebe, Broetje-Automation GmbH und Landesbank Berlin AG), die kürzlich Social Media in der unternehmensinternen Kommunikation eingeführt haben oder kurz vor dem Roll-Out standen. Das IEB führte die Teilnehmer im Rahmen einer vierteljährlichen Arbeitsgruppe zusammen.



Darin hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, sich über die Erfahrungen bei der Implementierung auszutauschen und von Erfahrungen der anderen zu profitieren. Als Ergebnis wurden Erfolgsfaktoren für die Nutzung von Enterprise 2.0 im Konzern ermittelt, eine Bibliothek von Anwendungsszenarien erstellt sowie Strategien zur Einführung konzipiert.



**Axel Springer Auto Verlag GmbH – Social Media Maßnahme für „Deutschlands bester Autofahrer 2013“**

Durch Social Media Maßnahmen sollte die Bewerberzahl für den jährlich von Autobilde veranstalteten Wettbewerb „Deutschlands bester Autofahrer“ erhöht und die Veranstaltung verjüngt werden.

Das IEB übernahm die Entwicklung von Konzepten für den Einsatz von Social Media im Rahmen des Autobilde-Wettbewerbs. Hierfür wurde zunächst der aktuelle Stand im Bereich der Social Media Vermarktung von Veranstaltungen im Bereich Sport, Verkehr und Wettbewerbe erfasst, bevor anschließend durch Interviews mit Teilnehmern des Wettbewerbs 2012 Nutzerbedürfnisse ermittelt wurden.



Die Ergebnisse beider Arbeitsschritte dienen als Basis für eine Ideenwerkstatt, in der konkrete Ideen für Social Media Maßnahmen mit einem interdisziplinären Team entwickelt und bewertet wurden. Hieran anknüpfend erfolgte die Weiterentwicklung von drei erfolgversprechenden Ideen zur Umsetzung für die Jubiläumsveranstaltung 2013 zu Konzepten, welche als Grundlage für ein Pflichtenheft und die Umsetzung in einem Folgeprojekt dienen sollten.



### Berliner Sparkasse – Begleitmaßnahmen für motivierte Mitarbeiter und Führungskräfte

Begleitend zur Pilotierung der Alfresco Einführung übernahm das IEB unterstützende Maßnahmen zur Steigerung von Motivation und Akzeptanz der Social Collaboration Software bei den Nutzergruppen. Dabei erarbeitete das IEB eine Konzeption für die Nutzungsoptionen eines Alfresco-Wikis, wobei im ersten Schritt Best Practice Bases recherchiert und in einem weiteren potentielle Wiki-Nutzer befragt wurden. Daraus entwickelte das IEB zwei Anwendungsszenarien für Firmen-Wikis.

Zur Involvierung des Managements, Aufrechterhaltung des Commitments und zur Vermittlung von Chancen von Social Collaboration wurden zwei Workshops durchgeführt. Um die Ergebnisse ausgewählten Mitarbeitern vorzustellen und Impulse weiterzugeben, führte das IEB Roadshows einschließlich Inputpräsentationen zum Thema „Social Collaboration“ durch.



### Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) – Open Innovation – Crowdsourcing Ideenwettbewerb

Aufgabe war es, die Berliner Stadtreinigungsbetriebe (BSR) nachhaltig innovativ aufzustellen. Ein Bestandteil davon war auch eine Bewegung der Unternehmenskultur hin zu mehr Beteiligung. Dazu sollte eine interne Innovationsplattform eingeführt und durch flankierende Kommunikation begleitet werden.

Nach der Entwicklung der strategischen Planung und Ausrichtung wurde vom IEB ein Online-Wettbewerb auf der Crowdsourcing-Plattform HYVE aufgesetzt sowie bei der Realisierung begleitet und ausgewertet. Im Anschluss wurde eine Evaluation durchgeführt und der Wettbewerb ausgewertet. Als Ergebnis erhielt die BSR eine Vielzahl konkreter Innovationsideen aus dem Crowdsourcing-Wettbewerb und erzielte eine hohe Beteiligung und Aktivierung der Mitarbeiter.



### Cheil Germany GmbH – Urban Communication

Im Rahmen eines innovativen Pilotprojekts im öffentlichen Raum wollte CHEIL den Einsatz innovativer Technologien testen. Dafür konzipierte das IEB einen dreistufigen Projektprozess. Zunächst wurden in einem Kick-Off-Workshop alle Beteiligten zusammengeführt, um grundlegende Entscheidungen zu Zielsetzung, Technologie und Kooperationspartnern zu treffen. In einem zweiten Schritt wurden mittels

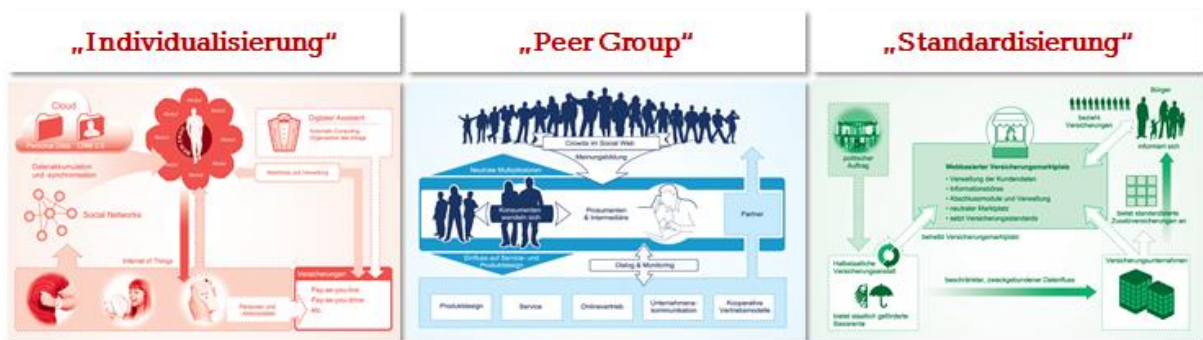
einer Fokusgruppe, bestehend aus repräsentativen Probandenzielgruppen, Nutzerbedürfnisse an interaktive Screens evaluiert und Ideen für die Content-Gestaltung generiert.

Auf Grundlage der erarbeiteten Ergebnisse entwickelte das IEB dann eine Grobkonzeption, die Handlungsempfehlungen zu Technologien, Content-Gestaltung, Umsetzung und Roll-Out für das Pilotprojekt enthielt.

## ERGO

### ERGO Versicherungsgruppe AG – Visualisierung der Studienergebnisse *Webtrends 2020* als Bewegtbild

Um die Projektergebnisse aus der Studie zu *Webtrends 2020* intern optimal zu kommunizieren, war die Visualisierung der Stories und ausgewählter Ergebnisse als Bewegtbild geplant. Das IEB realisierte die Konzeption, Produktion und Aufbereitung der in der Studie enthaltenen Stories in Form von interaktiven Video-Infografiken.



Dabei wurde zunächst ein Bewegtbildkonzept erstellt, welches die Wahl von Gestaltungsmitteln, Erzählformen und interaktiven Funktionalitäten fixierte. Anknüpfend entstand ein Storyboard, das die szenische Abfolge der Inhalte visuell skizzierte. Dann wurde das notwendige Ausgangsmaterial produziert. Als Ergebnis entstanden drei interaktive Story-Visualisierungen in HTML5-Umgebung.



### HAD / BMT – Evaluierung der Kieler Beschlüsse

Unter Federführung des Landes Hessen sollte eine rechtswissenschaftliche Evaluierung der Kieler Beschlüsse durchgeführt werden, die den Ländern Empfehlungen bezüglich der Anforderungen an die zukünftige Ausgestaltung der Zusammenarbeit der öffentlichen Verwaltungen im DV-Bereich liefern. In einer Projektgemeinschaft mit der Kanzlei Büsing, Müffelman & Theye Partnerschaftsgesellschaft (BMT) realisierte das IEB die folgenden Leistungen, wobei die rechtliche Analyse bei BMT lag.

Grundlage für die Herleitung der Handlungsempfehlungen bildete die Sichtung, Analyse und Bewertung des Status Quo in einer Bestandsaufnahme von Datenquellen und qualitativen Experteninterviews. Anschließend wurden die Ergebnisse aus der Bestandsaufnahme und den Experteninterviews in Bezug zueinander



gesetzt und miteinander verglichen. Ziel war es, gemeinsame Kernaussagen zu identifizieren und eventuelle Widersprüche aufzuzeigen.

Die Synthese der Ergebnisse, anhand derer Handlungsempfehlungen für die Anpassung oder Änderung der Kieler Beschlüsse bzw. bestehender oder geplanter Kooperationen abgeleitet werden sollten, erfolgte im Rahmen eines gemeinsamen Workshops mit Experten von IEB und BMT.

## ITERGO

### ITERGO Informationstechnologie GmbH – Einbindung von Mitarbeitern in Innovationsprojekte

ITERGO hat eine interne Innovationsplattform eingeführt, die den Innovationsprozess für alle Mitarbeiter öffnen und so die Innovationsfähigkeit steigern sollte. Ziel des Projektes war es, eine Verstärkung der Innovationskultur durch die Aktivierung und Steigerung der Beteiligung am Ideenforum zu erreichen.

Beginnend mit einer Analyse und Interviews mit Mitarbeitern wurden anhand eines qualitativen Interviewleitfadens erste Nutzer Insights über die Wahrnehmung der Ideenplattform generiert. Im Anschluss an die ersten Interviews fand als Kick-Off im ITERGO Kernteam ein Workshop zum Thema Nutzermotivation statt. Nach Abschluss der Interview- und Analysephase wurde ein abschließender Workshop durchgeführt, in dem konkrete Lösungsansätze und so Gestaltungsoptionen und Interventionen am System konkretisiert wurden.

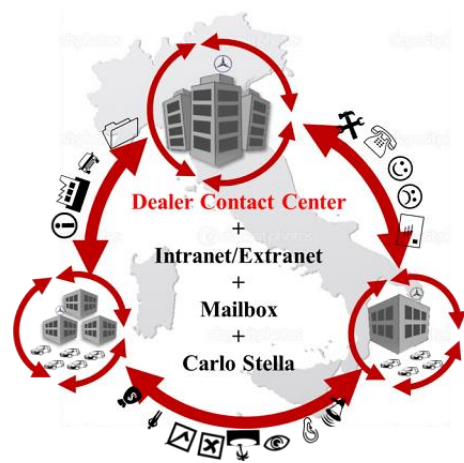


Mercedes-Benz Italia

### Mercedes Benz Italia S.p.A. – Social Collaboration und Dealer Involvement

Mercedes Benz Italia S.p.A. wollte die zahlreichen existierenden Kommunikationsplattformen und sozialen Netzwerke sinnvoll in ihre interne Kommunikation mit Kollegen und dem Händlernetzwerk integrieren, um diese effektiver zu gestalten.

Daher begleitete das IEB Mercedes Benz Italia bei der Entwicklung und Implementierung von internen Social Media Tools. Nach der Durchführung einer Status Quo Analyse erfolgte die Strategieentwicklung und Festlegung von Pilotprojekten. Das IEB unterstützte hierbei die Planung und Umsetzung der Pilotprojekte und beriet Mercedes Benz Italia bei der Auswahl geeigneter Plattformen und externer Dienstleister.



## pixelpark AG

### Pixelpark AG – Buchveröffentlichung

Die Pixelpark AG plante in Kooperation mit dem Institute of Electronic Business eine Buchveröffentlichung zum Thema Wertsteigerung im Unternehmen durch Marketing-Kommunikation. Basis war die laufende, von der Pixelpark AG geförderte, Dissertation von Oliver Böpple (IEB) mit dem Titel „Entwicklung eines Performance Measurement Systems auf Grundlage der Zusammenführung systemtheoretischer Erkenntnisse“.

# SIEMENS

## Siemens AG – Innovation by Management 2012

Das IEB konzipierte, plante und führte in diesem Jahr einen kompakten dreitägigen Innovations-Workshop „Innovation by Management“ für Führungskräfte aus dem Bereich Service der Siemens AG durch. Ziel war es, die Teilnehmer für einen zukunftsorientierten sowie offenen Umgang mit dem Thema Innovation zu sensibilisieren und damit die Bereiche Marketing, Sales, Business Development und Service zu stärken.



Eingeleitet wurden die drei Tage von einem Vorabend-Kick-off-Workshop, in dem Ablauf und Methodik erläutert wurden. In den folgenden Tagen erhielten die Teilnehmer Input aus Impulsvorträgen, Workshops und Trainings zur Innovationsthematik und setzten das Erlernete in Gruppenarbeiten zu Praxisfällen aus dem Unternehmen um. Begleitet wurde der Workshop von einem Aktiv-Programm, welches das IEB ausgearbeitet hat. Abschließend wurden die Ergebnisse vor dem Siemens-Management präsentiert. Zur Kontrolle der Nachhaltigkeit evaluierte das IEB im Nachgang einen Feedback-Fragebogen und führte Interviews mit den Teilnehmern durch.



## Skubch&Company Management Consultants GmbH – Zielkonzeption der Skubch&Company Website

Nachdem das IEB die Grobkonzeption für die Unternehmenswebsite erstellt hatte, sollte nun die Feinkonzeption entwickelt werden. Um Skubch&Company bei der Entwicklung und Umsetzung einer optimalen Softwarelösung für die Onlinepräsenz zu unterstützen, bot das IEB eine Abstimmung der Anforderungen mit den technologischen Optionen an.

Anschließend erfolgten die Feinkonzipierung des funktionalen Aufbaus der Website sowie die Festlegung der technischen Funktionsabläufe. Als Ergebnis entstand ein Lastenheft für die Entwicklung. In einem gemeinsamen Workshop mit dem Auftraggeber wurde die Feinkonzeption übergeben.



## Transmit GmbH – Executive Hands-on Session „Social Media für Betriebsräte“

Für Transmit sollten Seminare entwickelt werden, welche den Teilnehmern – insbesondere Betriebsräten – das Potenzial von Social Media als Kommunikationswerkzeug in der Betriebsratsarbeit vermittelt.



Das IEB konzipierte inhaltlich eine auf die Tätigkeit von Betriebsräten abgestimmte Executive Hands-on Session, in der den Teilnehmern ein kompakter Überblick über Kommunikationswerkzeuge, Mechanismen und Strategien im Umgang mit Social Media vermittelt wurde. Bei der Hands-On-Session handelt es sich um eine besondere Form der Lehrveranstaltung, welche Input-Präsentation mit Diskussion und unmittelbarem Transfer des Erlernten verknüpft, wobei der Praxisbezug durch die Diskussion von Anwendungsbeispielen und Gruppenarbeit stets gegeben ist.



## Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge e.V. – Evaluation und Bewertung bisheriger Ressourcen und Einsatzmittel für die Online-Aktivitäten des Volksbunds

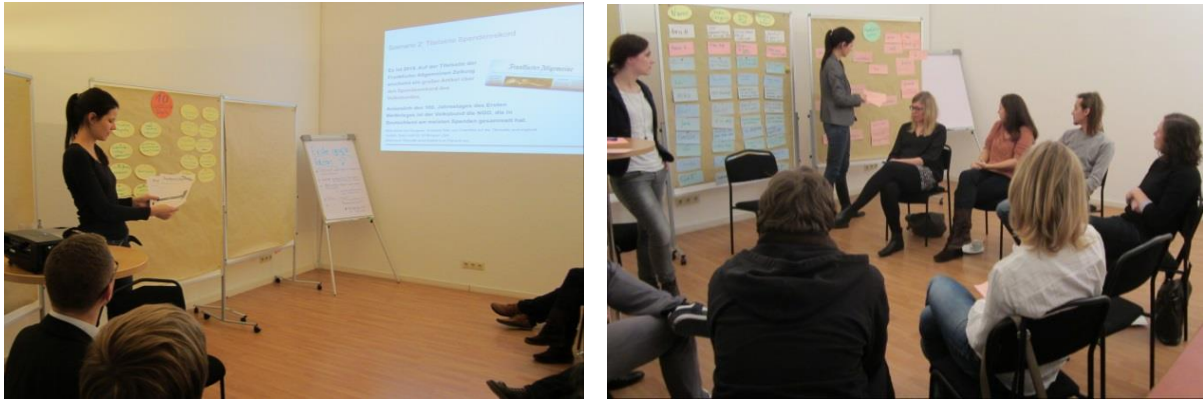
Der Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge e.V. wollte die Relevanz der Thematik Kriegsgräberfürsorge bei jüngeren Generationen verankern und somit eine neue Akquise-Quelle öffnen. Dazu sollten die bisherigen Online Aktivitäten bewertet und Handlungsempfehlungen für die digitale Kommunikation ausgesprochen werden.

In einem ersten Schritt wurde in einem Status Quo Workshop der Stand der Unternehmensstrategie, der Kommunikationsziele und aktuellen Tätigkeiten, Ressourcen, Rahmenbedingungen und kritischen Erfolgsfaktoren des Volksbunds erfasst.

Im zweiten Schritt erstellte das IEB einen halbstrukturierten Interviewleitfaden für die Befragung von in Deutschland aktiven NGOs bezüglich ihrer Online Aktivitäten und führte die Interviews sowie deren Auswertung durch. In zwei Fokusgruppen wurde im Anschluss die Relevanz einer Gedenkkultur analysiert sowie eine Einschätzung der Marketinginstrumente und -inhalte, mit denen die Zielgruppen nachhaltig erreicht werden können, vorgenommen.



Die Projektergebnisse wurden dem Auftraggeber in einem interdisziplinären Ideenworkshop übergeben und diskutiert. Die im Ideenworkshop generierten Ideen flossen in die bisherigen Resultate mit ein und wurden zu Strukturempfehlungen verdichtet.



**Volkswagen**

### **Volkswagen Vertriebsbetreuungs-GmbH – Usability Analyse für das Social Media Redaktionssystem der VW Service Deutschland**

Um festzustellen, ob das Social Media Redaktionssystem von Volkswagen für den Einsatz bei Volkswagen-Händlern optimal ist bzw. an welchen Stellen es verbessert werden kann, führte das IEB eine Usability Analyse durch.

Im ersten Schritt wurde ein Pre-Test zum Vergleich mit anderen Social Media Redaktionssystemen durchgeführt und die Bewertungsgrundlagen festgelegt. Zudem wurden erste Anwendungsfälle entwickelt, die im nächsten Schritt von Vertretern der Zielgruppe in einem Usability-Workshop vor dem Hintergrund ihres Fachwissens und ihrer Medienkompetenz getestet wurden, um somit Stärken und Schwächen des Systems herauszufinden.

Ergänzt wurde der Workshop um Interviews mit qualitativen und quantitativen Fragen. Im letzten Arbeitsschritt erarbeitete das IEB Handlungsempfehlungen auf Basis der generierten Ergebnisse und priorisierte diese nach Dringlichkeit und Aufwand bei der Umsetzung.