



[www.projekt-inec.de](http://www.projekt-inec.de)

# Innovation durch Experten-Communities im demografischen Wandel

---

20./21.11.2014, Gelsenkirchen

Abschlusskonferenz der Fokusgruppe  
„Erwerbsbiografien als Innovationstreiber im  
demografischen Wandel“

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



DLR Projektträger



Förderschwerpunkt  
Innovationsfähigkeit im  
demografischen Wandel



# Agenda

---

- |   |   |                 |
|---|---|-----------------|
| 1 | Das Projekt iNec                                    | FIR             |
| 2 | Business-Communities in Unternehmen                 | FIR             |
| 3 | Steuerung und Koordination von Business-Communities | FIR             |
| 4 | Nutzerzentrierte Community-Gestaltung               | HCIC            |
| 5 | Vorstellung der GEA Community und Lessons Learned   | IntraWorlds/GEA |



# Ausgangssituation und Problemstellung

## Ausgangssituation

- **Innovationsfähigkeit** eines Unternehmens bestimmt maßgeblich dessen wirtschaftlichen Erfolg.
- Innovationen entstehen dabei zu einem erheblichen Teil durch **persönliche Vernetzung** von Mitarbeitern.
- Personenbezogene Vernetzung **bricht durch demographischen Wandel** und neue Formen der Arbeit **auf**.

## Zukunft der Arbeitsgestaltung

- **Auflösung traditioneller Arbeitsverhältnisse** mit enger örtlicher Bindung
  - Zunahme von Telearbeit & Arbeit im Homeoffice
  - Neue Arbeitszeitmodelle
    - Elternteilzeit
    - Erziehungszeit
- Ruhestandswelle bis 2020

## Problemstellung:

- Es ergeben sich erhebliche Veränderungsbedarfe bzw. Anforderungen an neue Organisations- und Arbeitsformen.
- Vernetzung auf der persönlichen Ebene als essentieller Erfolgsfaktor muss für die Innovationskraft von Unternehmen in Zukunft gesichert sein.

# Was bedeuten diese Veränderung der demografischen Struktur?



Quelle: FAZ, 2012

# Lösungsansatz

## Lösungsansatz:

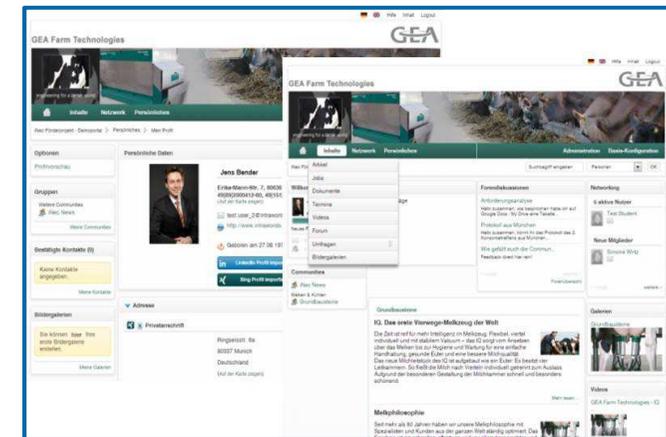
- **Integration neuer Modelle des Lernens** im Arbeitsprozess und im sozialen Umfeld
  - in die Arbeitsgestaltung und
  - die Organisations- und Personalentwicklung.
- Wichtig sind vor allem der **zielgerichtete** und **zweckmäßige Einsatz** sowie die **Entwicklung von Modellen** für die Verschränkung von Lernen im Weiterbildungssystem mit diskontinuierlichen Erwerbsbiographien.

## Das Konzept der sozialen Netze & Communities

Unter einer **Community** wird eine Gemeinschaft rechtlich unabhängiger Teilnehmer verstanden, die ein gemeinsames Ziel verfolgen.

### Zentraler Bestandteil:

- Erstellung und der Austausch von Leistungen, durch Kommunikation und Interaktion über Technologien des Web 2.0.
- Inhalte und Funktionalitäten schaffen Vertrauen.

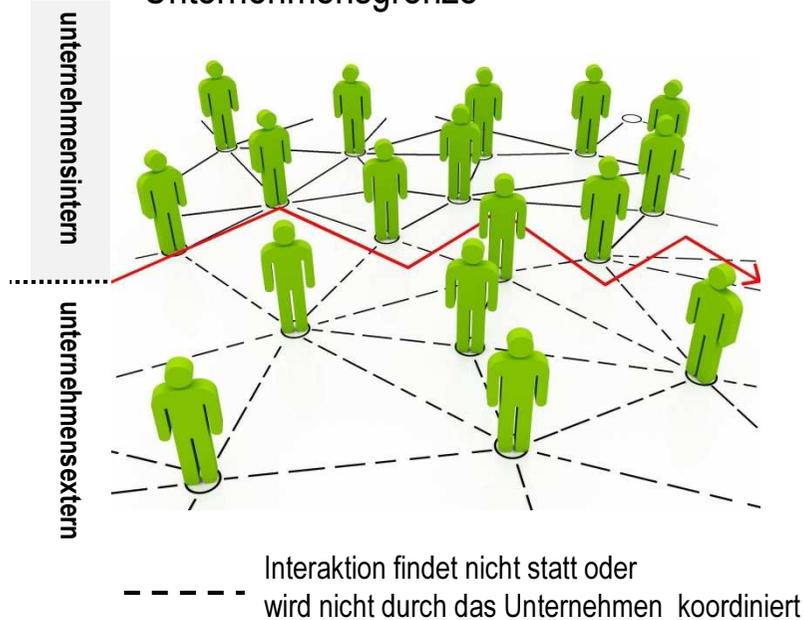


# Ziel des Projekts iNec: Community als Lösung

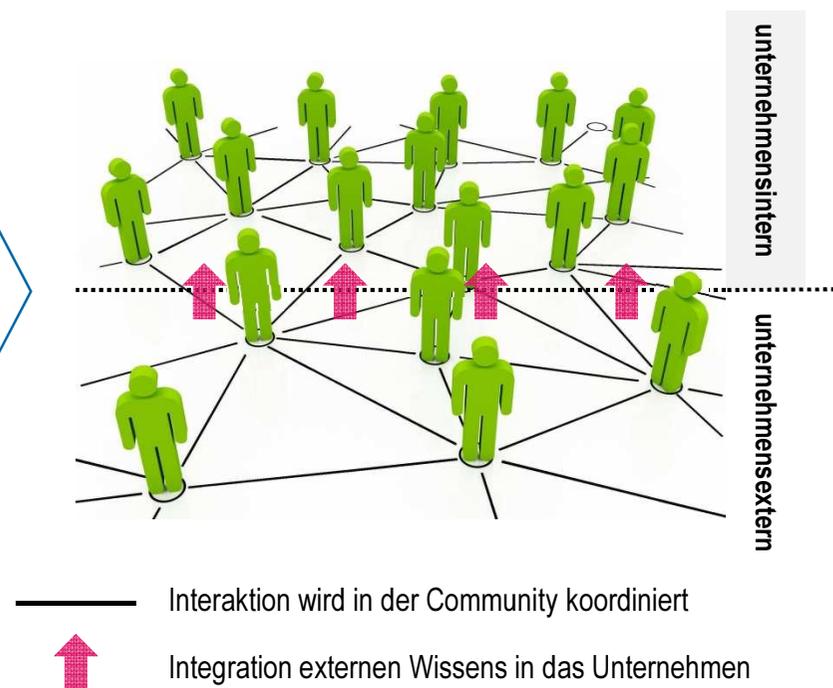
## Ziel des Projektes:

Wissens- und Know-how Verlust in Unternehmen zu verhindern und Mitarbeiter in unterschiedlichsten Situationen zu vernetzen.

Gegenwärtige Interaktion mit fester Unternehmensgrenze



Interaktion durch iNec-Community



# Projektkonsortium

---



Das FIR bringt in das Projekt seine langjährige wissenschaftliche und anwendungsorientierte Erfahrung in den Bereichen der **Betriebsorganisation**, der **IT-Systeme** und des **Projektmanagements** ein.



Das HCI-Center bringt in das Projekt seine in Deutschland einzigartige Kombination aus Expertisen in den Bereichen **kommunikative und kognitiv-ergonomische Usability**, **Mensch-Technik-Interaktion** und **Kommunikation** sowie **Technikakzeptanz** ein.



IntraWorlds bringt als spezialisierter Softwareanbieter von Community-Technologie seine in Deutschland einzigartige Kompetenz der **technologischen Umsetzung von Communities** für spezifische Zielgruppen ein.



Die GEA Farm Technologies bringt in das Projekt ihre langjährige Erfahrung der Mitarbeiter im Aufbau und der Implementierung von **prozessorientierten EDV-Unterstützungssystemen**, das **Anwendungsszenario** für die Community und die dafür notwendige **Infrastruktur** ein.



Der KVD (Value-Partner) bringt den **Zugang** und sein **Netzwerk** zu über 1.600 Experten in Fach- und Führungspositionen im Bereich Dienstleistungen ein. Dabei bietet der KVD eine herausragende **Plattform** für die Diskussion und den Transfer des iNec-Konzeptes in die **Praxis**.



# Teilvorhaben der einzelnen Projektpartner



Entwicklung eines übertragbaren **Managementkonzepts**, zum Aufbau und Betrieb der iNec-Community. Dazu wurde die **Koordination** sowie die **Integration der Community** in Organisationen analysiert und validiert.



Ermittlung der Nutzeranforderungen, **Nutzerzentriertes Kommunikations- und Interfacedesign** sowie die Erprobung und Bewertung der Usability der Lösung



**Konzeption und Entwicklung einer technologischen Lösung** welche die Anforderungen durch veränderte Erwerbsbiografien und die Möglichkeiten von Community Software zur Sicherung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen abbildet.



Auswahl und Bereitstellung einer **heterogenen Testgruppe** im Bereich der Academy, **thematische Community-Entwicklung** sowie eine Einbindung in bestehende Prozesse. Übernahme der Administration und **Weiterentwicklung von Inhalten** und Betreuung der Community während der Testphase.



**Regelmäßige Veröffentlichungen** in Zeitschriften (z.B. Service Today), **Ausstellungen** auf Messen sowie **Vorstellung in eigenen Fachsequenzen** auf Veranstaltungen (z.B. KVD-Service-Congress). Sicherstellung einer **Verbreitung** der erzielten Ergebnisse.



# Agenda

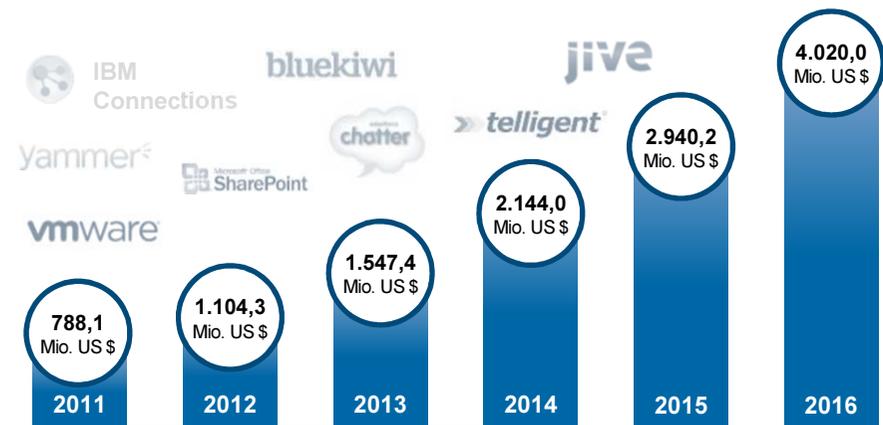
---

- |   |   |                 |
|---|---|-----------------|
| 1 | Das Projekt iNec                                    | FIR             |
| 2 | Business-Communities in Unternehmen                 | FIR             |
| 3 | Steuerung und Koordination von Business-Communities | FIR             |
| 4 | Nutzerzentrierte Community-Gestaltung               | HCIC            |
| 5 | Vorstellung der GEA Community und Lessons Learned   | IntraWorlds/GEA |



# Status quo und weitere Prognose für die nächsten Jahre

- Social Media und Web 2.0 erfahren einen enormen Bedeutungsgewinn in Wirtschaft und Gesellschaft.
- Die Etablierung **interner** und **externer** wissensbasierter Communities leistet dabei einen Beitrag, bisher ungenutzte **Innovations-** und **Kooperationspotenziale** zur Steigerung des Unternehmenserfolgs zu realisieren.



Der Markt für Business-Communities wächst jährlich um 40 % und wird 2016 vier Milliarden US-Dollar Umsatz generieren.

Unternehmen investieren verstärkt in die Implementierung von Social Software und den Wandel zu einem sog. Enterprise 2.0.

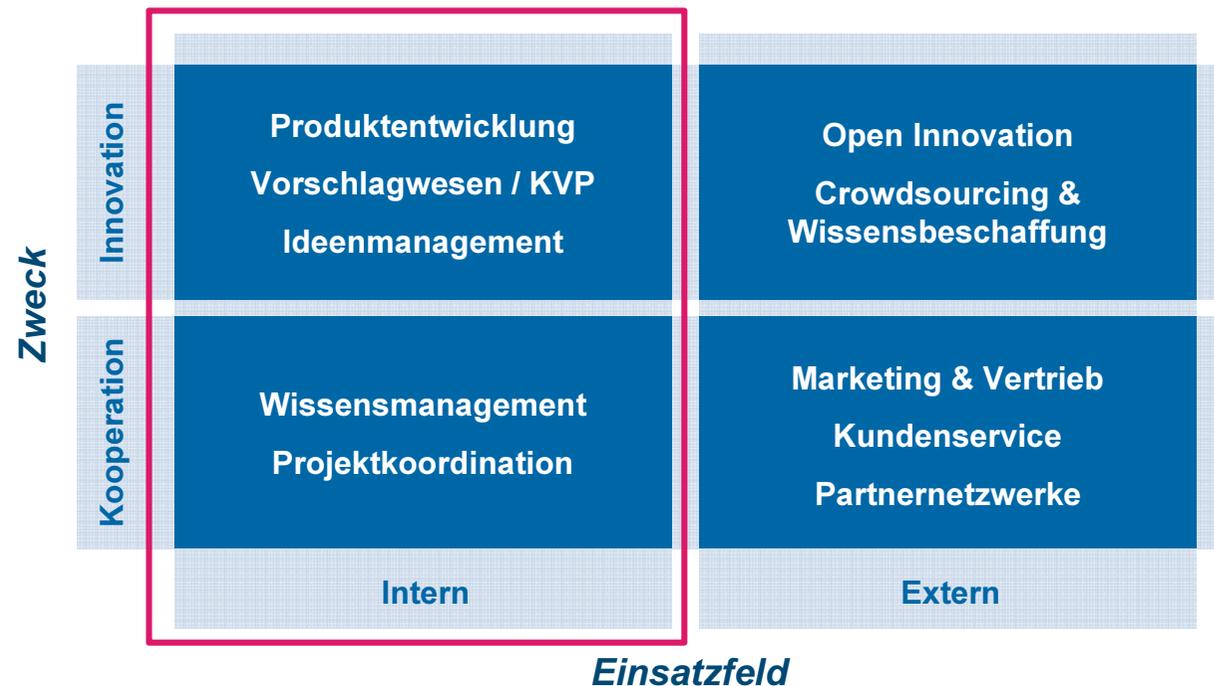
*„Wem die Community folgt, der macht das Geschäft“*

Quellen: IDC (2012): *IDC Predictions 2013: Competing on the 3rd Platform*.  
SCHÜTT (2013): *Der Weg zum Social Business*.

# Was sind Business-Communities und welche Anwendungsfelder existieren in Unternehmen?

- Eine Community im unternehmerischen Sinne ist eine **soziale Gemeinschaft** von Personen, die ein **ökonomisch motiviertes**, gemeinsames **Ziel** verfolgen.
- Zentraler Bestandteil ist die Erstellung und der **Austausch von Leistungen** in ihrem geschäftlichen Interesse durch **Kommunikation, Interaktion** sowie heute maßgeblich über Technologien im Social Web.<sup>1</sup>

*Vier unterschiedliche Anwendungsfelder bilden einen geeigneten Bezugsrahmen, um den **Einsatz von Communities in Unternehmen** zu differenzieren.*



<sup>1</sup>Quelle: SCHMITZ-URBAN (2013): Entwicklung einer Morphologie für Business-Communitys

# Agenda

---

- |   |   |                 |
|---|---|-----------------|
| 1 | Das Projekt iNec                                    | FIR             |
| 2 | Business-Communities in Unternehmen                 | FIR             |
| 3 | Steuerung und Koordination von Business-Communities | FIR             |
| 4 | Nutzerzentrierte Community-Gestaltung               | HCIC            |
| 5 | Vorstellung der GEA Community und Lessons Learned   | IntraWorlds/GEA |



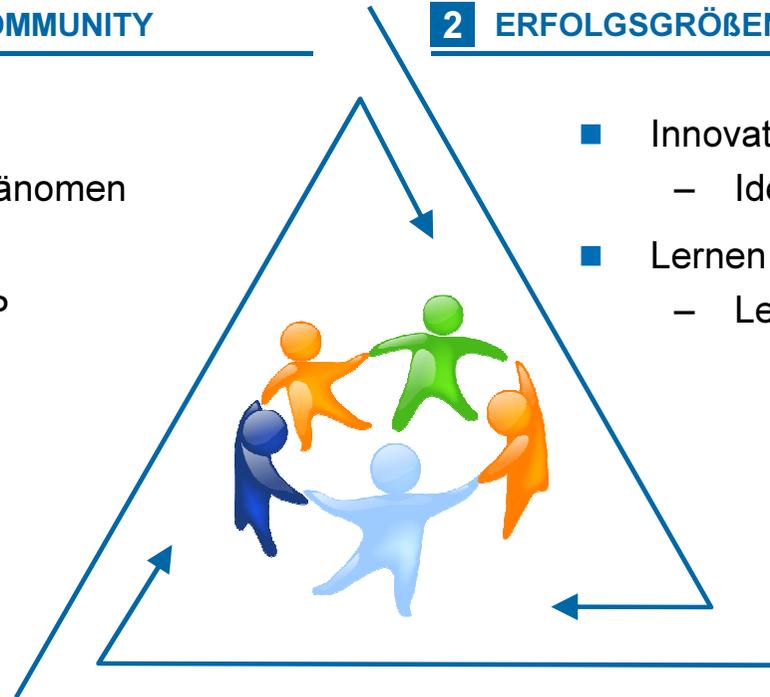
# Es existieren drei wesentliche Faktoren für den erfolgreichen Betrieb einer Community

## 1 ERFOLGSGRÖßEN DER COMMUNITY

- Aktivität
  - Kritische-Masse Phänomen
- Informationsqualität
  - Content = Kern USP

## 2 ERFOLGSGRÖßEN DES COMMUNITY-BETREIBERS

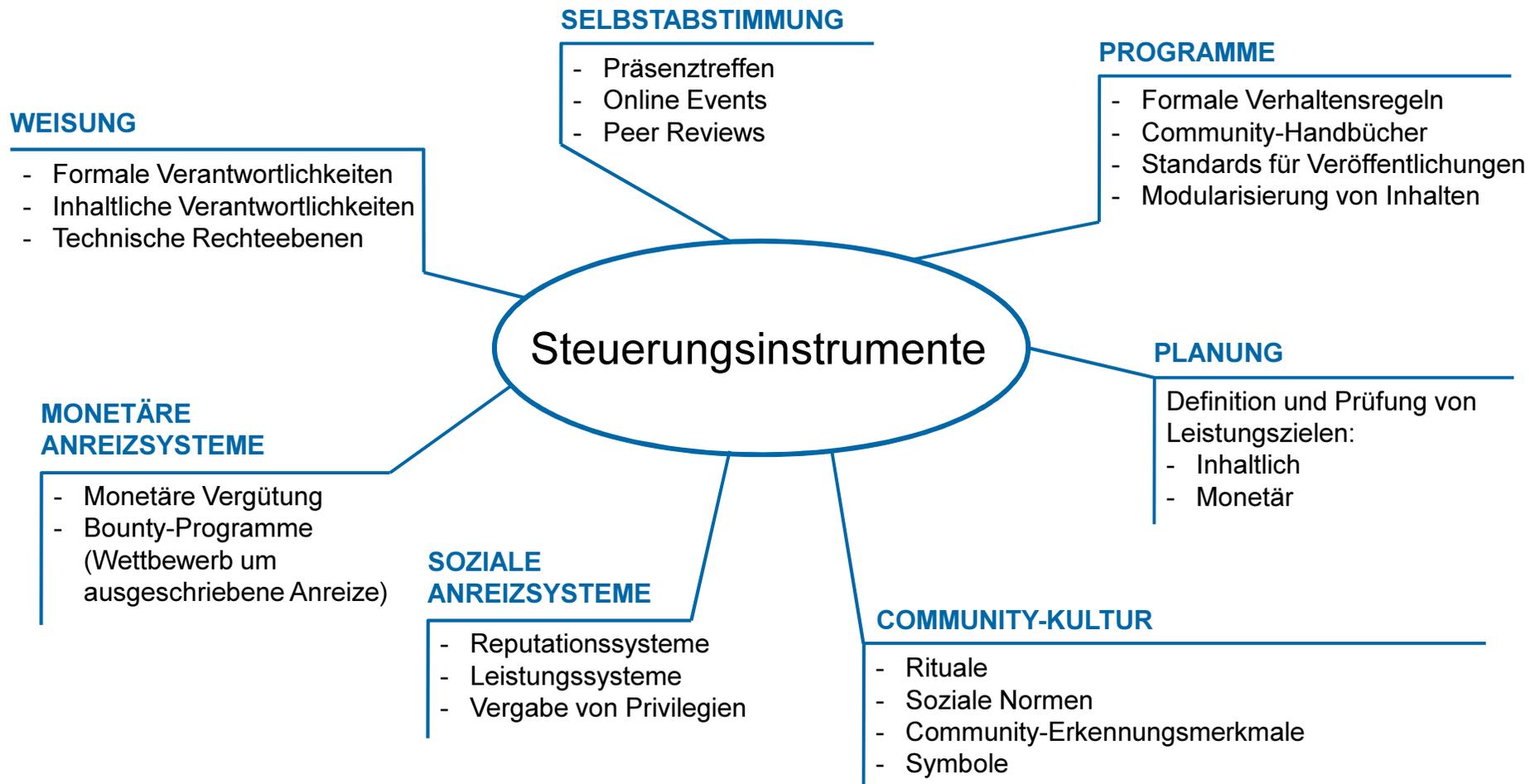
- Innovationen
  - Ideen, Umsatz
- Lernen
  - Lerneffekte, Wissensgenerierung



## 3 KAPITAL DER COMMUNITY

- Soziales Kapital
  - Beziehungsgefüge der Mitglieder
- Humankapital
  - Kompetenzen, Erfahrung der Mitglieder

# Aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung belegen die Relevanz von sieben Steuerungsinstrumenten



# Der Erfolg von Communities resultiert aus dem Community-Erfolg und organisationalen Erfolg

## 1 ERFOLG DER COMMUNITY

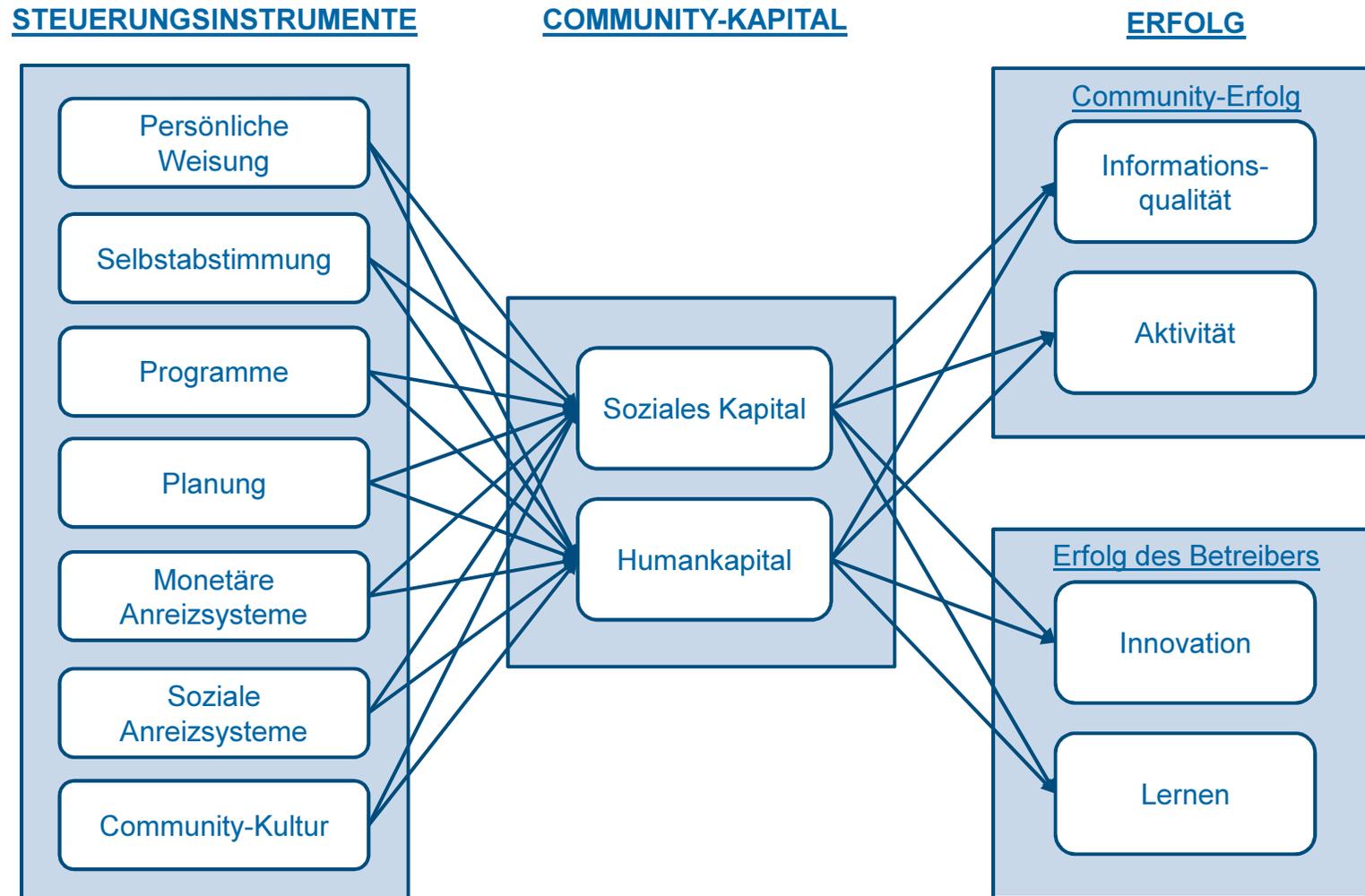
- Informationsqualität
  - Informationen sind gut aufbereitet
  - Hoher Nutzen der Informationen ist gegeben
  - Diskussionen finden auf hohem Niveau statt
- Aktivität
  - Viel persönliches Engagement
  - Hoher Austausch der Mitglieder untereinander
  - Hoher Anteil des Contents, wird von den Mitgliedern produziert

**Gesamt-  
erfolg**

## 2 ERFOLG DES BETREIBERS

- Innovation
  - Community entwickelt innovative Lösungen für das Management und/ oder Kunden
  - Entstehung von Feedback
  - Open Innovation
- Lernen
  - Wissensbasis wird gestärkt
  - Erkenntnisse für Organisation werden entwickelt
  - Fehlerverbesserungen/-lösungen werden abgeleitet

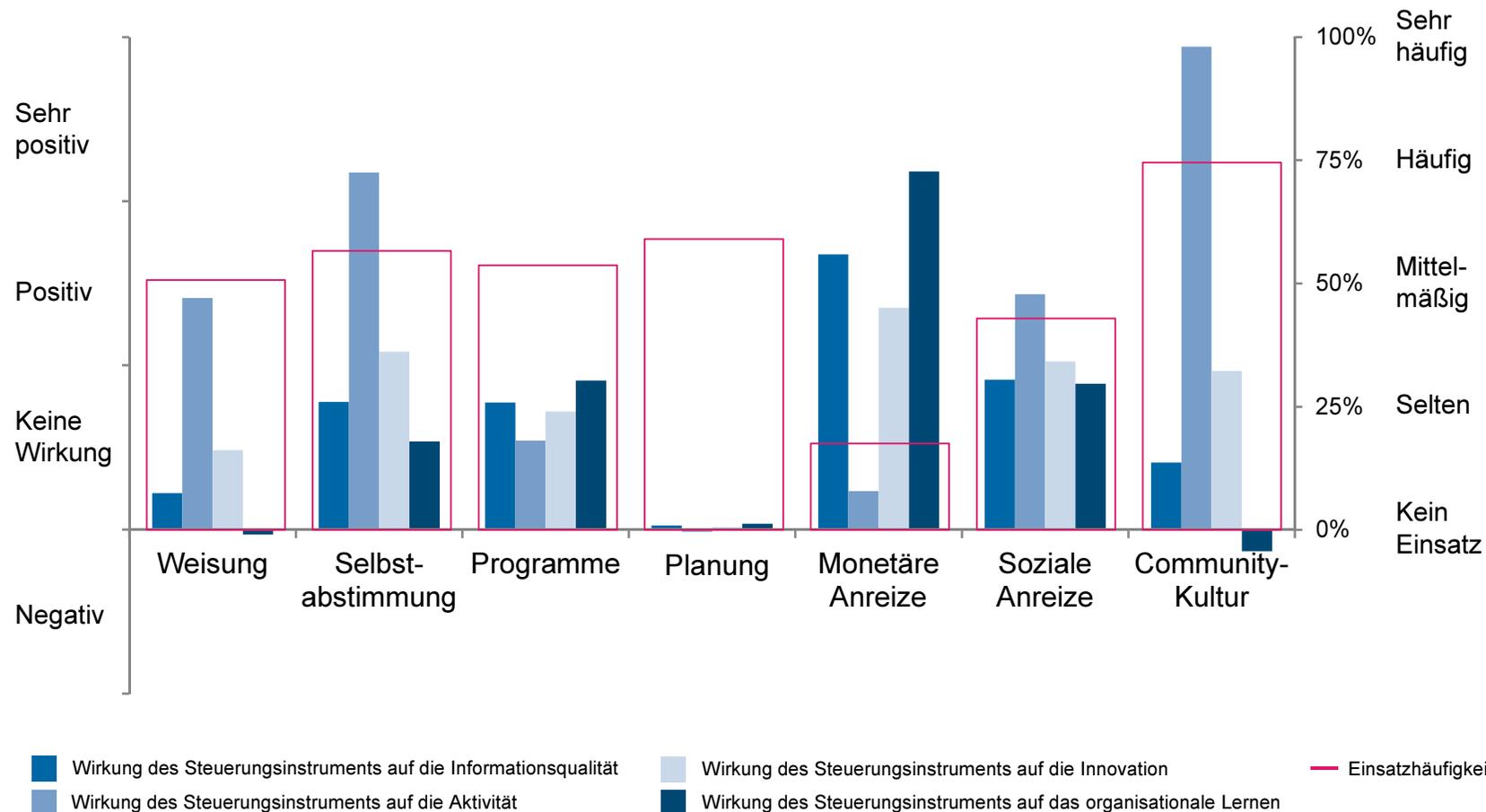
# Zentrales Erkenntnisinteresse ist die Erforschung der Wirksamkeit relevanter Steuerungsinstrumente auf den Erfolg



# Eine zusammenfassende Darstellung der Studienergebnisse veranschaulicht die unterschiedliche Wirkung der Instrumente

Wirkung des Steuerungsinstruments

Etablierung in der Praxis



# Die im Forschungsprojekt durchgeführte Studie ergab konkrete Handlungsempfehlungen hinsichtlich der betrachteten Erfolgsgrößen

STEUERUNGS- INSTRUMENT	EINSATZ- EMPFEHLUNG	MAßNAHMEN
<b>Weisung</b>		Formale, inhaltliche Weisungen moderat einsetzen und technische Rechteebenen zur Regulierung aktiver Mitglieder einsetzen.
<b>Selbstabstimmung</b>		Einsatz von Peer Reviews und die Organisation von Online-Events sowie Präsenztreffen zur Steigerung der Aktivität und Innovationsrate verstärken.
<b>Programme</b>		Einsatz verringern, da etwaige Programme respektive Regeln relativ wirkungslos sind.
<b>Planung</b>		Einsatz drastisch verringern, da Pläne im Gegensatz zu Unternehmen in Communities wirkungslos sind.
<b>Monetäre Anreizsysteme</b>		Belohnung durch den Einsatz von Bounty-Programmen speziell für die Verbesserung der Informationsqualität und eine Steigerung der Lernrate umfassend einsetzen.
<b>Soziale Anreizsysteme</b>		Leistungs- und Reputationssysteme umfassend nutzen sowie die Belohnung durch die Vergabe von Privilegien umfangreich einsetzen.
<b>Etablierung einer Community-Kultur</b>		Maßnahmen zur Förderung des Gemeinschaftsgefüges der Mitglieder schaffen und Community-Erkennungsmerkmalen zur Förderung der Aktivität etablieren.

# Whitepaper: Erfolgreiche Steuerung und Koordination von Business Communitys

Die Kernergebnisse wurden in einem Whitepaper veröffentlicht und stehen zum kostenlosen Download zur Verfügung:

www.fir.rwth-aachen.de



Erfolgreiche Steuerung und Koordination von Business-Communitys  
Whitepaper

**fir** RWTH AACHEN **INTRAWORLDS** INNOVATION MANAGEMENT

### 3 Instrumente der Koordination

Um die für eine Business-Community gesetzten Ziele zu erreichen, müssen die Aufgaben und Prozesse arbeitsteilig aufgliedert werden. Dabei entsteht ein komplexes Gefüge aus Aufgaben unterschiedlichster Anforderungen, Pflichten und Rechten. Die erfolgreiche Minimierung des entstehenden Abstimmungsbedarfs in diesem Aufgabenspektrum erfordert eine strukturierte und klar definierte Koordination. Es können Abläufe in

- Die Koordination durch Selbstabstimmung ist ebenfalls wie das Instrument der Weisung personenorientiert. Jedoch ist hier das Ziel, Koordination durch persönliche Kommunikation auf horizontaler Ebene zu erreichen. Auf Basis vertikaler Kanäle werden Entscheidungen in der Gruppe getroffen. Hieraus resultiert eine Entlastung der vertikalen Koordination und es erwächst eine Motivation der Community-Aktivität. Im Rahmen dieser Studien waren 75 Prozent der befragten Communitybetreiber Unternehmen, 11,1 Prozent Non-Profit-Organisationen, 4,2 Prozent Verbände und 9,7 Prozent fallen unter die Kategorie der sonstigen Betreiber einer Community.

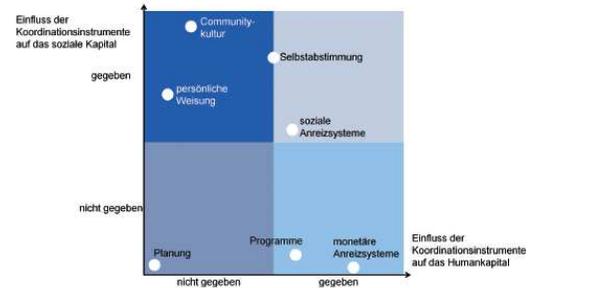
Um die Aussagen der Studienteilnehmer beurteilen zu können, wurden qualitative Kriterien herangezogen, die eine Aussage über die Eignung der Stichprobe liefern:

**Funktion des Studienteilnehmers**  
Aufgrund ihrer Rolle und Funktion sollten Community-Koordinatoren am besten dazu in der Lage sein, den Status der operationalisierten Indikatoren zu beurteilen. Innerhalb der Stichprobe wird die Anforderung hinsichtlich

**Infrastruktur der Community**  
Ein weiteres Kriterium, das für die Qualität der Stichprobe in der vorliegenden Arbeit von übergeordneter Relevanz ist, ist die Adressierung von Communitys mit

Strategie  
eine wichtige Voraussetzung für die positive Entwicklung einer Business-Community. Es sollten folglich Maßnahmen ergriffen werden, welche die Entstehung von sozialem Kapital sowie Humankapital fördern [2].

zum Erfolg von Communitys beitragen, ist die Anwendung des Koordinationsinstrumentes ausschließlich für die Steigerung des Humankapitals empfehlenswert [2].

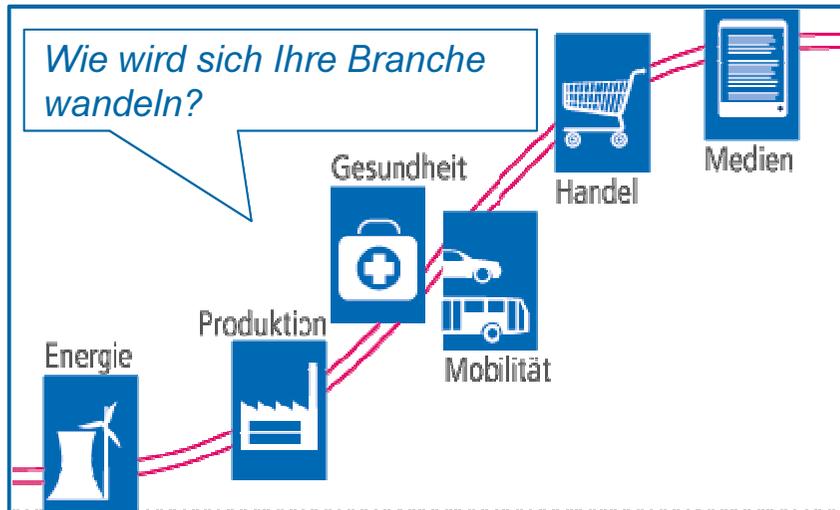


Einfluss der Koordinationsinstrumente auf das soziale Kapital	gegeben	Community-kultur persönliche Weisung	Selbstabstimmung soziale Anreizsysteme
	nicht gegeben	Planung	Programme monetäre Anreizsysteme
		nicht gegeben	gegeben
			Einfluss der Koordinationsinstrumente auf das Humankapital

[www.projekt-inec.de](http://www.projekt-inec.de)



# 18. Aachener Dienstleistungsforum **25. & 26. März 2015** Smart Services - Neue Geschäftsmodelle für den Mittelstand?



Reifegrad digitaler Geschäftsmodelle

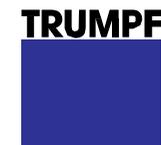
Was sind die **Geschäftsmodelle** hinter den Smart Services?

Wie werden Smart Services **entwickelt**?

Wie werden Smart Services **erbracht**?

Wie ändert sich die **Arbeit** in der Smart-Service-Welt?

Mit Referenten von:



## Veranstalter/ Ansprechpartner:

FIR e. V. an der RWTH Aachen  
Tobias Harland, M.Sc. RWTH  
Tobias.harland@fir.rwth-aachen.de  
Tel.: +49 241 – 47705-223  
[www.dienstleistungsforum.de](http://www.dienstleistungsforum.de)

# Agenda

---

- |   |   |                 |
|---|---|-----------------|
| 1 | Das Projekt iNec                                    | FIR             |
| 2 | Business-Communities in Unternehmen                 | FIR             |
| 3 | Steuerung und Koordination von Business-Communities | FIR             |
| 4 | Nutzerzentrierte Community-Gestaltung               | HCIC            |
| 5 | Vorstellung der GEA Community und Lessons Learned   | IntraWorlds/GEA |

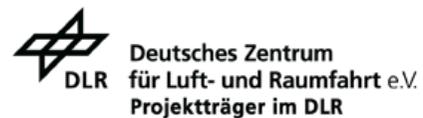


# Nutzerzentrierte Community-Gestaltung

---

Abschlussveranstaltung „Erwerbsbiografien als  
Innovationstreiber im demografischen Wandel“

GEFÖRDERT VOM



# Agenda

---

- **Wer** wir sind und **was** wir machen
  - Human-Computer Interaction Center, RWTH Aachen University
- **Forschung** im Bereich HCI
  - Inhalte und Forschungsmethoden
- **Nutzerzentrierte Community-Gestaltung**
  - Akzeptanz, Abbildbarkeit sozialer Strukturen, Motivation, Usability

# Wer wir sind und was wir machen...

---



---

**RWTH**AACHEN  
UNIVERSITY

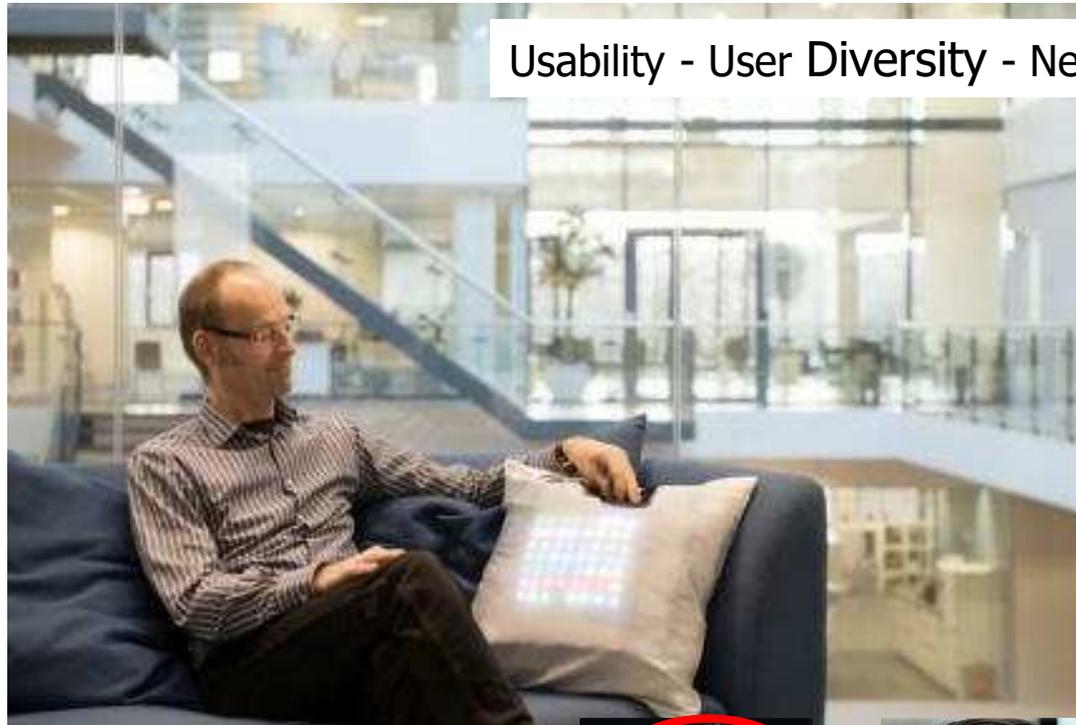
# HCIC im Forschungscampus der RWTH Aachen

---

- Standort: CAMPUS Cluster Logistik
  - Logistik, Produktion und Dienstleistungen
  - Industrie & Forschung an einem Standort
    - Zugang zu interdisziplinären, branchenübergreifenden Netzwerken
    - Unabhängige Plattform für Kooperationen
    - Begleitung von Innovationsprozesse



# Human-Computer Interaction Center



Usability - User Diversity - New Interfaces - Trust & Acceptance

- Gegründet 2011
- Interdisziplinäres Team
- Forschung, Weiterbildung, F&E



---

Das Projekt iNec

# **NUTZERZENTRIERTE COMMUNITY-GESTALTUNG**



**RWTHAACHEN**  
UNIVERSITY

# Nutzerzentrierte Community-Gestaltung

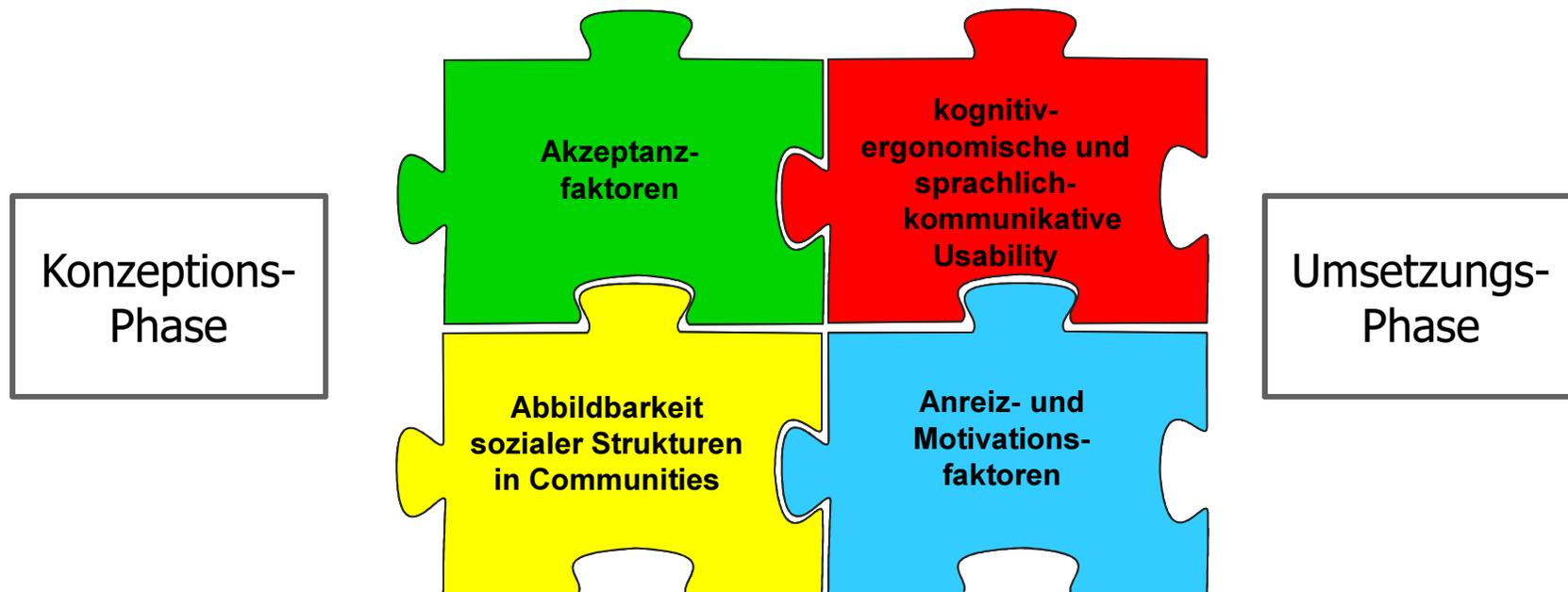
---

- Unsere Forschungsfragen:
  - Wie können Experten-Communities eingesetzt werden, um das **Wissen/Können** von Mitarbeitern bei **lebensphasenbezogenen Veränderungen** (z.B. Elternteilzeit/Ruhestand) weiter (für Innovationen) nutzen zu können?
  - Wie können Nutzergruppen zur Nutzung einer Experten-Community **motiviert** werden?
  - Wie müssen Experten-Communities gestaltet werden, damit sie **benutzungsfreundlich** sind?
  - Wie müssen Experten-Communities in vorhandene Kommunikations- und Interaktionsumgebungen **integriert** werden?

# Nutzerzentrierte Community-Gestaltung im Projekt iNec

---

- **Fokus:** Nutzerorientierte Gestaltung von Online-Communities im Unternehmenskontext zur Förderung der Integration, Vernetzung und Interaktion von Mitarbeitern
  - ➔ Dazu schrittweise Identifizierung, Modellierung und Validierung von...



---

# KONZEPTIONSPHASE

# IST-Analyse (beim Industriepartner)

---

- Zentrale Akzeptanz-Faktoren (Hot-spots) für die Nutzung einer Experten-Community sind:
  - Wahrgenommene Nützlichkeit
  - Usability
  - Einbettung in bestehende IT-Infrastruktur
  - Unternehmenskultur (z.B. organisationale Einbindung)
  - Informationsqualität
  - Multiplikatoreneffekte

- Akzeptanzrelevante Faktoren fokussieren verschiedene Ebenen: Individuum, Kontext, System
- Partiiell zielgruppenspezifisch variierend (Gewichtung)

# Erhebung sozialer Strukturen und Praxen

---

- Kommunikationspfade und soziale Strukturen des Praxispartners
  - abteilungsübergreifendes Arbeiten und hoher Informationsbedarf
  - Kommunikationsmedien:
    - Alltag: E-Mail, Telefon (Festnetz und Mobil), Face-to-Face-Gespräch
    - Mitarbeiter: Präferenz für persönliche Gespräche, gefolgt von Telefonat und E-Mail-Kommunikation; Chat/Instant-Messenger werden weniger gewünscht

- Community-Plattform für stärkere Vernetzung der Mitarbeiter (v.a. zwischen Abteilungen).
- Berücksichtigung nutzerspezifischer Medienpräferenzen in der Entwicklungsphase.
- Gerade Kommunikationsformen wie Chat und Blog verfügen über keine ausgereifte Etikette → explizite Kommunikationsregeln = Basis für professionelle Kommunikation & Akzeptanz

---

# UMSETZUNGSPHASE

# Ausgangspunkt: Anwendungsszenarien

... für die Projektziele Wissenssicherung & -transfer sowie Innovationsförderung



<http://xavierleadershipcenter.com/wp-content/uploads/2013/04/innovation11.jpg>

**Knowledge Base**



<http://2wheelsandamotor.com/wp-content/uploads/2014/11/mentor.jpg>

**Mentoring**

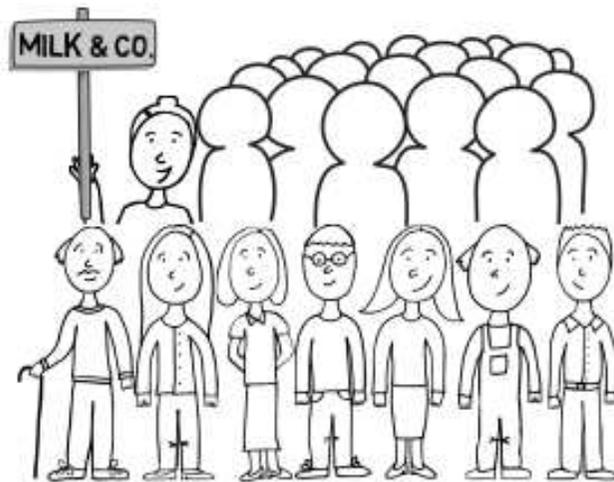


<http://govci.com/wp-content/uploads/2014/07/types-of-innovation.jpg>

**Innovation**

# Szenario Innovation

---



Die anderen Simple Shows finden Sie unter: [www.projekt-inec.de](http://www.projekt-inec.de)

---



# Anreiz- und Motivationsfaktoren

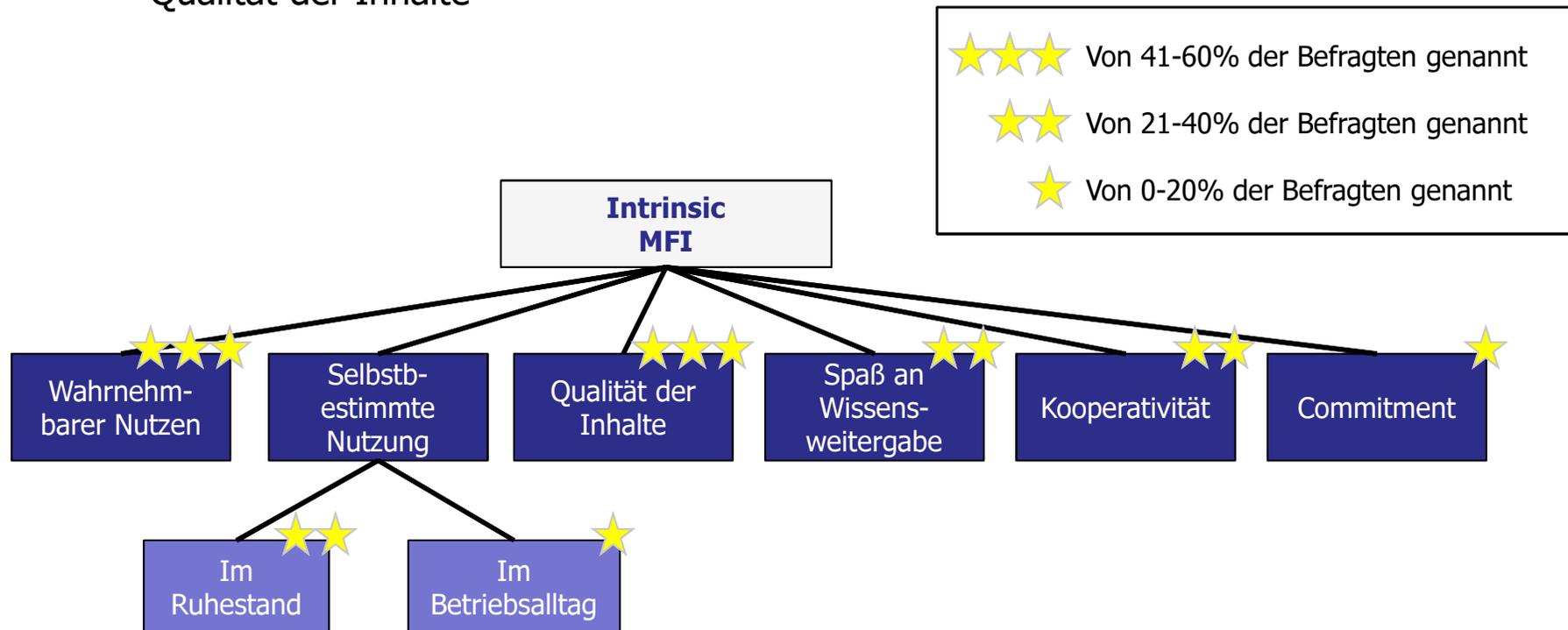
---

- Was motiviert Mitarbeiter, Experten-Communities zu nutzen?  
➔ Anreiz- und Motivations-faktoren
- Qualitative Studie (Explorative Erhebung beim Praxispartner)
  - intrinsische Anreiz- und Motivationsfaktoren
    - besonders wichtig
  - extrinsische Anreiz- und Motivationsfaktoren
    - kontrovers diskutiert: materielle Faktoren
    - neue Kategorien

# Anreiz- und Motivationsfaktoren

- **Intrinsische Anreiz- und Motivationsfaktoren**

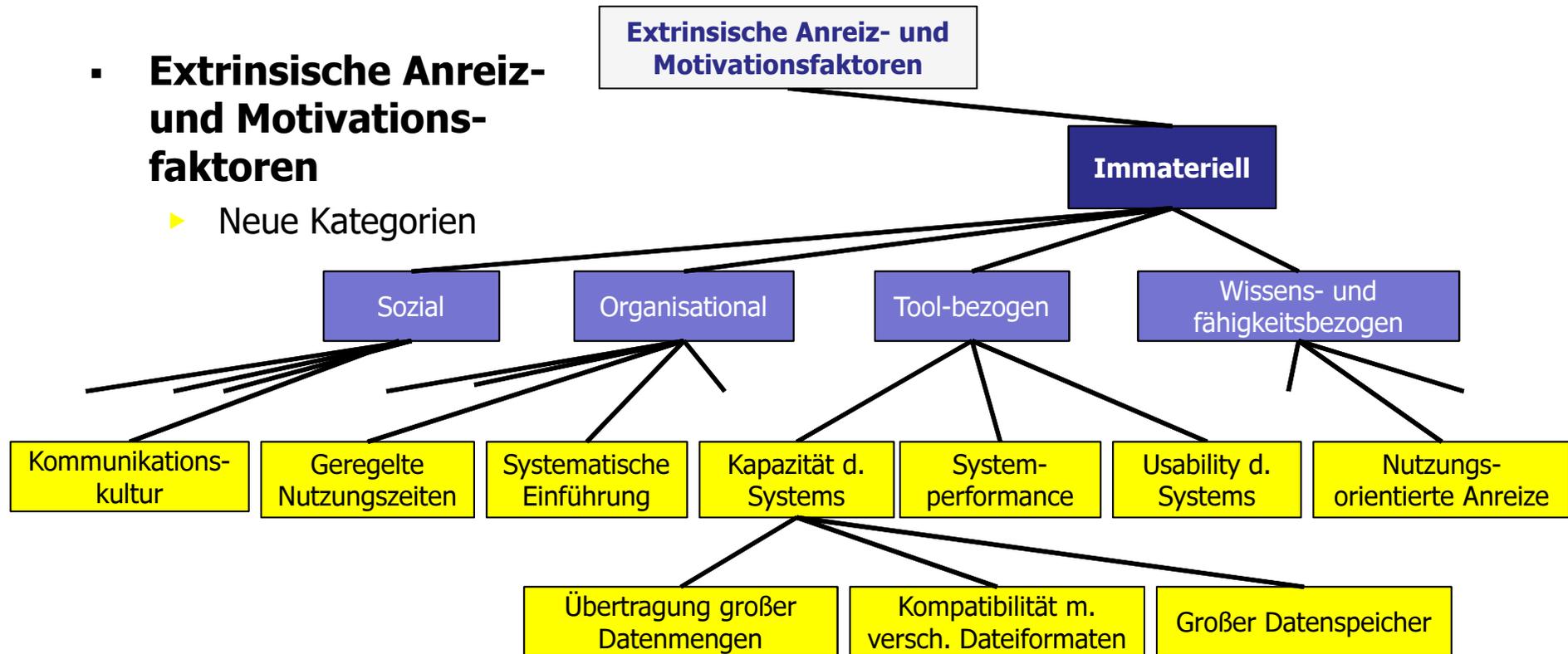
- Flache Hierarchie an Subkategorien
- Am häufigsten genannt: Wahrnehmbarer Nutzen, selbstbestimmte Nutzung, Qualität der Inhalte



# Anreiz- und Motivationsfaktoren für die Nutzung von Experten-Communities

- **Extrinsische Anreiz- und Motivationsfaktoren**

- ▶ Neue Kategorien



- Neue Kategorien: v.a. tool-bezogene Anreiz- und Motivationsfaktoren.
- Befunde im Kontext von Industrie 4.0 und Big Data relevant.

# Usability von Communities

---

- Fokus auf zwei Perspektiven
  - sprachlich-kommunikativ Usability
  - kognitiv-ergonomisch Usability
- Iterative Testung
  - mit verschiedenen Methoden
  - kognitiv-ergonomisch Usability
  - Testung des funktionalen Prototypen mit Experten (Modellbetrieb) und Kontrollgruppen bezogen auf typische Nutzeraufgaben (szenario-basiert)

- Vor allem Nutzertests zielführend, um Usability-Probleme anzupassen.
- Höhere Benutzbarkeit der Software (Effektivität, Effizienz und Nutzerzufriedenheit).
- Firmenspezifische Aspekte spielen v. a. bei der sprachliche Gestaltung einen zentrale Rolle.

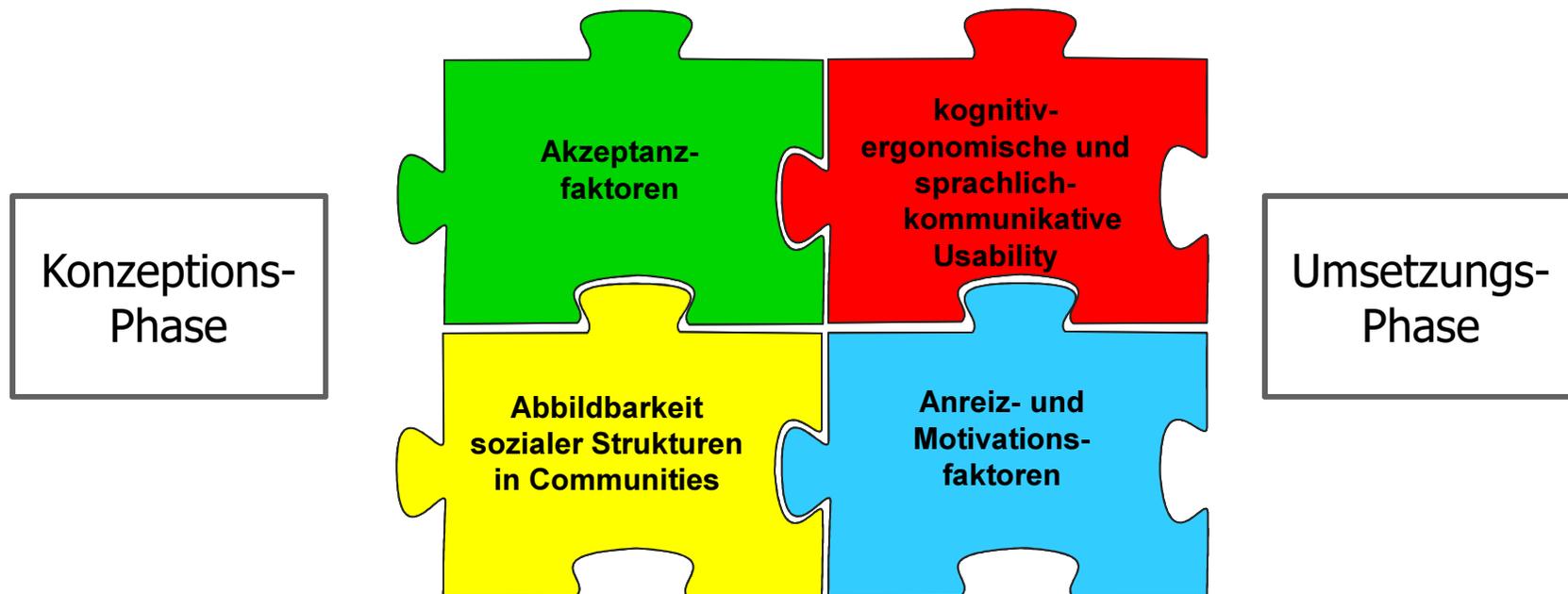
# Fazit

---

# Nutzerzentrierte Community-Gestaltung im Projekt iNec

---

- **Fazit:** Nutzerorientierte Gestaltung von Online-Communities als enges Zusammenspiel von Faktoren, die zielgruppenspezifisch erhoben und berücksichtigt werden müssen.



# Publikationen

---

## 2012

**Calero Valdez, A./Schaar, A.K./Ziefle, M.** (2012): State of the (Net)work Address Developing criteria for applying social networking. In: Journal of Prevention, Assessment and Rehabilitation, 41, 3459-3467

## 2013

**Schaar, A.K./Calero Valdez, A./Eraßme, D./Löcker, A.K./Hofmann, J./ Jakobs, E.M./ Ziefle, M.** (2013): „Wo ist all das Wissen hin? - Förderung der Kommunikation zwischen den Generationen in Unternehmen zur Wissenssicherung“ In: Praevium 01/2013, 22

**Schmitz-Urban, A./Bender, J./Gudergan, G./Schaar, A.K./Calero Valdez, A./Löcker, A.K., Eraßme, D./Hofmann, J./Ziefle, M., Jakobs, E.M.** (2013): Einsatz von Experten-Communitys zur Sicherung der Innovationsfähigkeit im demographischen Wandel. In Jeschke, S. (Hg.): Innovationsfähigkeit im demografischen Wandel. Beiträge der Demografietagung des BMBF im Wissenschaftsjahr 2013. Frankfurt/New York: Campus, 87-103

**Schaar, A.K./Calero Valdez, A./Ziefle, M.** (2013): The impact of user diversity on the willingness to disclose personal information in social network services. A comparison of the private and business context. In: A. Holzinger et al. (eds). Human Factors in Computing and Informatics. LNCS 7946. Heidelberg, Berlin: Springer, 179-198

**Calero Valdez, A./Schaar, A.K./Ziefle, M.** (2013): Personality influences on etiquette requirements for social media in the working context. When jaunty juveniles communicate with serious suits. In: A. Holzinger et al. (eds). Human Factors in Computing and Informatics. Heidelberg/Berlin: Springer, 431-450

---

# Publikationen

---

## 2014

**Schaar, A.K./Calero Valdez, A./Eraßme, D./Löcker, A.K./Ziefle, M./Jakobs, E.M.** (2014): Reasons for using social networks professionally - The Influence of User Diversity on Usage Motivation. In: G. Meiselwitz (Ed.): Social Computing and Social Media 2014. Springer, 385-396

**Löcker, A.K./Eraßme, D./Jakobs, E.M./Schaar, A.K./Calero Valdez, A./Ziefle, M.** (2014): Yet Another Platform? Motivational Factors for Using Online Communities in Business Contexts. 15th International Conference on The Human Aspects of Advanced Manufacturing (HAAMAHA): Manufacturing Enterprises in a Digital World. B Proceedings of the 5th International Conference on Applied Human Factors and Ergonomics AHFE 2014, 1145-1156.

**Calero Valdez, A./Schaar, A.K./Bender, J./Aghassi, S./Schuh, G./Ziefle, M. Martina** (under revision). Social Media Applications for Knowledge Exchange in Organizations - Application, Motivational Features, and User Acceptance in Industrial and Scientific Settings. In: Phillips-Wren, G./Razmerita, L./ Jain, L. (eds.): INNOVATIONS IN KNOWLEDGE MANAGEMENT: The impact of social media, semantic web and cloud computing, Springer

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

---



Lehrstuhl für Textlinguistik u.  
Technikkommunikation  
Prof. Eva-Maria Jakobs  
Ann-Kathrin Oprée, M.A. RWTH



Lehrstuhl für Communication Science

Prof. Martina Ziefle  
Dr. André Calero Valdez  
Anne Kathrin Schaar, M.A.

Human-Computer Interaction Center  
RWTH Aachen University  
Campus-Boulevard 57  
52074 Aachen

# Agenda

---

- |   |   |                 |
|---|---|-----------------|
| 1 | Das Projekt iNec                                    | FIR             |
| 2 | Business-Communities in Unternehmen                 | FIR             |
| 3 | Steuerung und Koordination von Business-Communities | FIR             |
| 4 | Nutzerzentrierte Community-Gestaltung               | HCIC            |
| 5 | Vorstellung der GEA Community und Lessons Learned   | IntraWorlds/GEA |



# ÜBER INTRAWORLDS

IntraWorlds ist globaler Anbieter von Software-as-a-Service Lösungen für Talent Relationship Management und Corporate Alumni Management.

Seit 2002 begleitet IntraWorlds seine Kunden, Beziehungen mit Talenten über den gesamten Lebenszyklus aufzubauen, zu stärken, zu entwickeln und zu erhalten.

Hierfür bieten wir die vollständigste Talent Engagement Technologie.

Wir legen großen Wert auf unseren persönlichen Service mit hoher Qualität, Verlässlichkeit, Sicherheit und Innovation für unsere Kunden.



# LEBENSZYKLUS PHILOSOPHIE



# INTRAWORLDS PLATTFORM

## GRUNDLEGENDE RECHTE & ROLLEN

## FLEXIBLE ANPASSUNG

Netzwerke

Zugangs-  
gruppen

Pools

Objekt  
Manager

Workflow  
Manager

E-Mail  
Templates

## PLATTFORM

- ✓ Design in Corporate Identity
- ✓ Flexible Profilfelder
- ✓ APIs (z.B. Nutzerdatenmigration)
- ✓ Mehrsprachigkeit
- ✓ Registrierung & Landing Pages
- ✓ Single Sign-on (SSO)
- ✓ Prozessautomatisierung
- ✓ Inhaltliche Schnittstellen (API)
- ✓ ISO 27001 zertifiziert

## RELATIONSHIP MANAGEMENT

- ✓ Profil Management
- ✓ Active Sourcing
- ✓ Vollständige Korrespondenzhistorie
- ✓ LinkedIn & XING Profildatenabgleich (wöchentlich, opt-in)
- ✓ Automatische Berichte
- ✓ Profilscreening Radar
- ✓ Automatisierte administrative Workflows
- ✓ Automatisierte Kampagnen
- ✓ Flexible Templates für Mailings und Newsletter

## ENGAGEMENT MANAGEMENT

- ✓ Personalisierte Homepage
- ✓ Responsive Design
- ✓ Progressive Profiling
- ✓ Segmentierung (Pools, Gruppen)
- ✓ Relevante Inhalte
- ✓ Robustes Event Management
- ✓ Flexibler Mail-Versand
- ✓ Durchdachtes Job Matching
- ✓ Nutzeraktivitäts-Alerts
- ✓ Engagement Automation und Nurturing mit Workflows

# WARUM INTRAWORLDS?

WAS UNS UNTERSCHIEDET



Unser RAPID Ansatz sichert unseren Kunden einen Vorsprung im Wettbewerb um die besten Talente am Markt.



AUTOMATISIERT

INTEGRIERT

# RAPID

RESPONSIVE

PERSONALISIERT

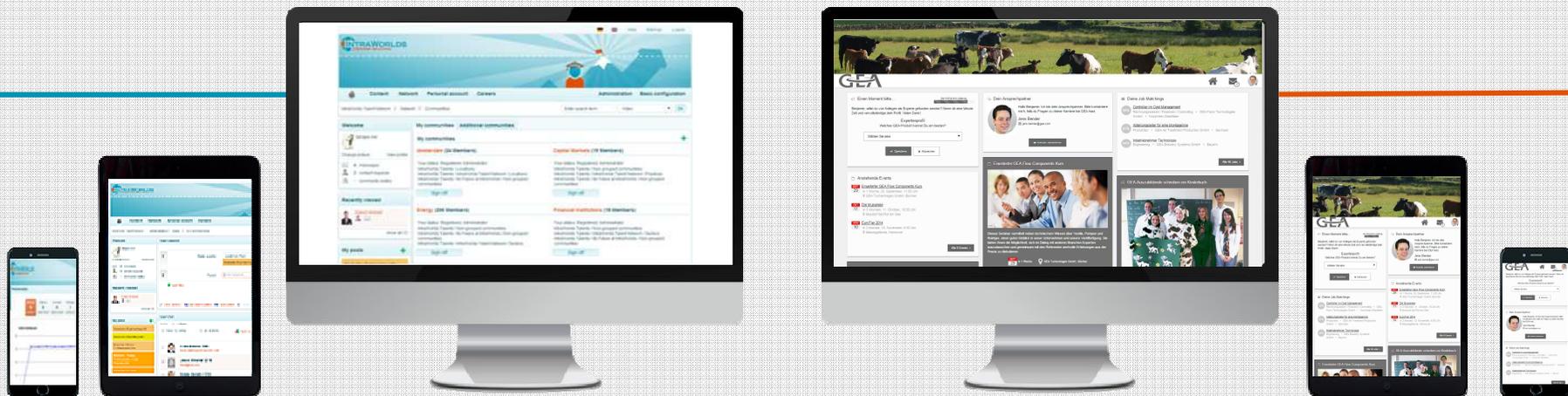
DYNAMISCH



# KLARES & RESPONSIVES DESIGN

## ADMINISTRATOR BENUTZEROBERFLÄCHE

## ANWENDER BENUTZEROBERFLÄCHE



Die **responsiven** Benutzeroberflächen unserer Plattform sind in ihrer Corporate Identity gehalten und kombinieren Ästhetik mit modernster Technologie, um eine **nahtlose** und angenehme Benutzererfahrung sicherzustellen.

# Maschinenbau und Community?



## GEA Farm Technologies – Total Solutions



**GEA Farm Technologies**

**Milking & Cooling**



**Farm Services**



**Farm Equipment**



**Valves**



**Pharma Systems**



**Freezers**



## Unternehmenssicht

### Prozesse

- Prozessverbesserung
- Höhere Problemlösungs-Geschwindigkeit



### Personal

- Wissensmanagement
- Schnelle & qualitativ hohe Ausbildung
- Soziale Vernetzung

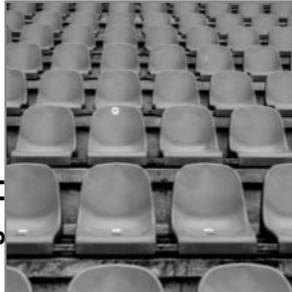
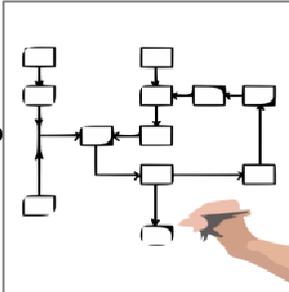
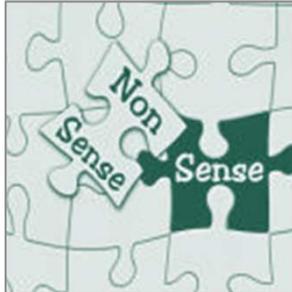
### Infrastruktur

- IT-Systemintegration

# Lessons learned



## Erkenntnisse aus strategischer Sicht

<p><b>Mission, Vision &amp; Values</b></p> 	<p><b>Zieldefinition</b></p> 	<p><b>Zielgruppe</b></p> 
<p><b>Prozessintegration</b></p> 	<p><b>Inhalte</b></p> 	<p><b>Personal</b></p> 
<p><b>Messgrößen</b></p> 		

# Lessons learned



## Erkenntnisse aus operativer Sicht

<p>Motivation</p>	<p>Community-Management</p>	<p>Physische Realität</p>	<p>IT-Integration</p>	<p>Endgeräte</p>	<p>Lösung/Ergebnis</p>
<p>Geschwindigkeit</p>	<p>Entwicklungszeit</p>	<p>Barrierefreiheit</p>			

# Lessons learned



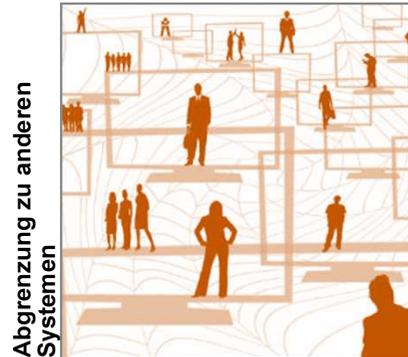
## Erkenntnisse aus Ausbildungssicht



Formale vs. Informeller Ausbildung



Notwendigkeit redaktioneller Überarbeitung



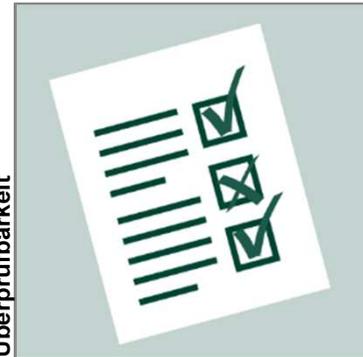
Abgrenzung zu anderen Systemen



Integration in Blended Learning



Qualitätssicherung



Überprüfbarkeit

# GEA Community: Startseite



GEA Farm Technologies Community

Suchbegriff eingeben Personen  [Hilfe](#) [Sitemap](#) [Logout](#)

Inhalte Netzwerk Persönliches Administration Basis-Konfiguration

### Willkommen

**Jens Hofmann**  
Profilbild ändern Profil ansehen

1 Nachricht  
Kontaktanfragen  
38 Benachrichtigungen

### Kürzlich gesehen

Sie haben in den letzten 7 Tagen keine Benutzerprofile gesehen. Sie können Benutzer [hier](#) suchen.

### Meine Pools

Test Pool (4)  
[alle anzeigen \(1\)](#)

### Communities

- News zur Community
- Einführung
- Schwarzes Brett
- Knowledge Base
  - News Mlone
  - Forum - Mlone
  - FAQs Mlone
  - Bibliothek Mlone
  - Glossar Mlone

### Foren

**Zweite Milchleitung im SwingOver**  
Ist es möglich, eine zweite Milchleitung für Hemmstoffmilch in einem SwingOver...

**Mlone für Käseereibetriebe**  
Immer häufiger entscheiden sich Kunden, die eine eigene Käseerei haben, für...

**Ansprechpartner/Innen für Fragen aus dem Bereich Personal / Human Resources**  
Liebe Kolleginnen und Kollegen, ob Fragen zur Entgeltabrechnung, unserem...

[weitere »](#)  
[Alle Beiträge](#)

### Artikel

**News**

**Informativer Freitag für die Auszubildenden**  
Veranstaltung zum Thema "Ausbildung" am vergangenen Freitag in der Training Academy.

[Mehr lesen ...](#)  
[Alle Beiträge](#)

**Forum - Mentoring**

**Herzlich Willkommen in der Community Mentoring!**  
Hier haben Sie die Gelegenheit, sich zu allen Fragen auszutauschen, die sich Ihnen während des Einstiegs in das Unternehmen GEA Farm Technologies stellen. Dabei ist jede Frage für uns wichtig, die für Sie gerade wichtig ist!

[Mehr lesen ...](#)  
[Alle Beiträge](#)

### Termine

Keine Einträge

### Networking

5 aktive Nutzer

[weitere »](#)

### Videos

GEA Interview - Innovati...

[weitere »](#)  
[Alle Videos](#)

### Kontakte meiner Kontakte

### Willkommen

Jens Hofmann  
Profilbild ändern    Profil ansehen

1 Nachricht  
Kontaktanfragen  
30 Benachrichtigungen

### Hinweise zur Verwendung von Bildern

Wenn Sie Bilder in den Fließtext einfügen möchten bitte über das Symbol im Editor.

[Zur Baumansicht wechseln]     Klicken Sie hier, um per E-Mail über neue Beiträge informiert zu werden

### #1 30.10.14, 16:48 Uhr

#### Milone für Käsebetriebe

Immer häufiger entscheiden sich Kunden, die eine eigene Käseerei haben, für Milone.

Grund:

- beste Hygiene Standards
- niedriger Gehalt an Freien Fettsäuren

Der Betrieb Weenink ist ein weiteres positives Beispiel: [www.kaasboerderijweenink.nl](http://www.kaasboerderijweenink.nl) er hat zur Zeit einen Gehalt von 0,2!

Bitte um weitere Beispiele und weitere Beweise für hervorragende Milchqualität mit Milone.

1 Eintrag

### Ihre Antwort

Betreffzelle: #1 RE: Milone für Käsebetriebe

Wollen Sie über die Antworten auf diese Nachricht per E-Mail informiert werden?

Ja  
 Nein

Bitte wählen Sie die hochzuladende Datei (maximal 5MB)

30 Benachrichtigungen

**Kürzlich gesehen**

Sie haben in den letzten 7 Tagen keine Benutzerprofile gesehen. Sie können Benutzer [hier](#) suchen.

**Meine Pools** +

Test Pool (4)

alle anzeigen (1)

**Communities**

- News zur Community
- Einführung
- Schwarzes Brett
- Knowledge Base**
- News Mlone
- Forum - Mlone
- FAQs Mlone
- Bibliothek Mlone
- Glossar Mlone
- Mentoring**
- News
- Forum - Mentoring
- FAQs
- Bibliothek
- Glossar
- Innovation**
- Aktuelles Marktgeschehen
- Forum - Innovation

[weitere »](#)

Alle Beiträge

**Artikel**

**News**

**Informativer Freitag für die Auszubildenden**

Veranstaltung zum Thema "Ausbildung" am vergangenen Freitag in der Training Academy.

[Mehr lesen ...](#)

[Alle Beiträge](#)

**Forum - Mentoring**

**Herzlich Willkommen in der Community Mentoring!**

Hier haben Sie die Gelegenheit, sich zu allen Fragen auszutauschen, die sich Ihnen während des Einstiegs in das Unternehmen GEA Farm Technologies stellen. Dabei ist jede Frage für uns wichtig, die für Sie gerade wichtig ist!

[Mehr lesen ...](#)

[Alle Beiträge](#)

**Aktuelles Marktgeschehen**

**Liste branchenrelevanter Websites**

Hier finden Sie eine Auflistung wichtiger Websites, die aktuelle Marktgeschehnisse und Marktinfos weltweit aufzeigen.

[Mehr lesen ...](#)

**Zugang zum Market Intelligence Portal**

Über die folgende Verlinkung gelangen Sie direkt ins Market Intelligence Portal:

[portals2010.geagroup.com/portal/FT/ctf/mip/SitePages/Home.aspx](http://portals2010.geagroup.com/portal/FT/ctf/mip/SitePages/Home.aspx)

[Mehr lesen ...](#)

[Alle Beiträge](#)

**Forum - Innovation**

**Herzlich Willkommen in der Community Innovation!**

hier haben Sie die Gelegenheit, Problemstellungen aus dem Markt mit Ihren Kollegen zu diskutieren und Problemlösungsansätze zu finden. Dies kann in zwei Richtungen denkbar sein:

**5 aktive Nutzer**

Ludmilla Bergen

[weitere »](#)

**Videos**

GEA Interview - Innovati...

[weitere »](#)

Alle Videos

**Kontakte meiner Kontakte**

Jana Drogmeier

Wolfgang...

Bernhard...

Felix...

Hans-Joachim...

The screenshot displays the GEA Community website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inhalte', 'Netzwerk', 'Persönliches', 'Administration', and 'Basis-Konfiguration'. Below this, the main content area is divided into several sections:

- Willkommen:** A welcome message from Jens Hofmann, including options to change the profile picture, view the profile, and notifications (1 message, 30 notifications).
- Überblick:** A section titled 'Mentoring » News' with a newspaper icon. It features 55 members and provides options to view the list, message all, or invite users. It also shows the user's status as an administrator with options to manage community settings and statistics.
- Networking:** A section showing 5 active users, including 'Ludwig Bergner', with a 'weitere »' link.
- Kürzlich gesehen:** A message stating that no user profiles were seen in the last 7 days and suggesting to search for users.
- Meine Pools:** A section with a '+ ' icon and a 'Test Pool (4)' entry, with a link to 'alle anzeigen (1)'. Below this is a 'Communities' list with various categories like 'News zur Community', 'Knowledge Base', 'Mentoring', and 'Innovation'.
- Jetzt beitragen:** A section with icons for creating surveys, articles, events, image galleries, documents, and videos.
- Artikel:** The main article section, featuring a news item titled 'Informativer Freitag für die Auszubildenden' by Mareen Kerger, dated 28.10.14. The article describes a training event at the Training Academy, mentioning the 'Informativer Freitag' and the participation of trainees and staff. It includes a photo of the event and a caption: 'Vielen Dank an die Azubis und alle Beteiligten der Veranstaltung!'. Below the article is another photo showing a group of people in a meeting.
- Kontakte meiner Kontakte:** A list of contacts including 'Florian...', 'Mauro-Christian...', 'Andreas...', 'Vasily...', and 'Georg...'. Below this is an 'Ansprechpartner' section with profile pictures of 'Jens Rander' and 'Jens Hofmann'.

# GEA Community: Artikel



GEA Farm Technologies Community

Suchbegriff eingeben Personen  [Hilfe](#) [Sitemap](#) [Logout](#)

Inhalte Netzwerk Persönliches Administration Basis-Konfiguration

### Willkommen

Jens Hofmann

[Profilbild ändern](#) [Profil ansehen](#)

1 Nachricht

[Kontaktanfragen](#)

30 Benachrichtigungen

### Überblick

#### Mentoring » FAQs

Hier finden Sie die häufigsten Fragen, die von Ihnen zum Thema "Mentoring" gestellt wurden in einer Zusammenfassung.

55 Mitglieder

- » Liste zeigen
- » Nachricht an alle
- » Nutzer einladen

Ihr Status: Administrator

- » Community-Einstellungen
- » Mitglieder verwalten
- » Statistiken

#### Jetzt beitragen:

- [Forenbeitrag erstellen](#)
- [Umfrage erstellen](#)
- [Artikel erstellen](#)
- [Termin erstellen](#)
- [Bildgalerie erstellen](#)
- [Dokument hochladen](#)
- [Video einfügen](#)

### Termine

Keine Einträge

### Networking

5 aktive Nutzer

[Luis...](#)

[weitere »](#)

### Kürzlich gesehen

Sie haben in den letzten 7 Tagen keine Benutzerprofile gesehen. Sie können Benutzer [hier](#) suchen.

### Foren

Wie verhalte ich mich in sozialen Netzwerken (z.B. was trage ich bei XING ein, was darf ich poste...)

Was ist ein Strukturkennzeichen?

Wo finde ich aktuelle Stellenausschreibungen?

[weitere »](#)

**Alle Beiträge**

### Dokumente

- [GEA\\_social\\_media\\_...](#)
- [Strukturkennzeich...](#)
- [Strukturkennzeich...](#)

[Alle Dokumente](#)

### Meine Pools

[+](#)

Test Pool (4)

[alle anzeigen \(1\)](#)

### Communities

- [News zur Community](#)
- [Einführung](#)
- [Schwarzes Brett](#)
- Knowledge Base**
- [News Mlone](#)
- [Forum - Mlone](#)
- [FAQs Mlone](#)
- [Bibliothek Mlone](#)
- [Glossar Mlone](#)

### Artikel

Keine Einträge

### Kontakte meiner Kontakte

[Luis...](#)

[Manue...](#)

# Fazit und Ausblick



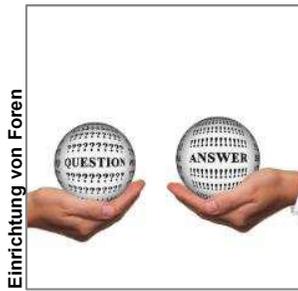
Baustein im Blended Learning



Integration informeller in formale Lernprozesse



Suchfunktion



Einrichtung von Foren



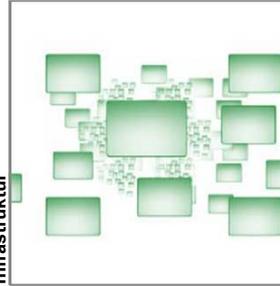
Community-Management



Koppelung mit Physische Realität



Notwendigkeit redaktioneller Überarbeitung



Integration in bestehende IT-Infrastruktur



MEGA-Projekt

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

---



[www.projekt-inec.de](http://www.projekt-inec.de)

**FIR e.V. an der RWTH Aachen**

Campus-Boulevard 55  
52074 Aachen

Tel.: +49 (0)241/47705-120



**Human Computer Interaction Center  
(HCIC) der RWTH Aachen**

Campus-Boulevard 57  
52074 Aachen

Tel.: +49 (0)241/80-21051



**IntraWorlds GmbH**

Erika-Mann-Straße 7  
80636 München

Tel.: +49 (0)89-2000412-00



**GEA Farm Technologies GmbH**

Siemensstraße 25-27  
59199 Bönen

Tel.: +49 (0)2383/93-70

