



NEUE MEDIEN IM CHANGE MANAGEMENT

Auswertungen der Online-Befragung im Überblick

Prof. Dr. Michael Reiß, Hionia Vlachou, Gordana Spejic, Dirk Steffens

Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Organisation Universität Stuttgart

Heilbronner Straße 7

D-70174 Stuttgart

Telefon: +49 711 685-83156

Telefax: +49 711 685-82764



DESIGN UND DURCHFÜHRUNG DER BEFRAGUNG

Neue web-basierte Medien wie z.B. Weblogs, Internet-Communities, Wikis, Web Based Trainings sind dabei, nicht nur das operative Geschäft und die Kommunikationsstrukturen in und zwischen Unternehmen, sondern auch die strategischen Prozesse wie z.B. den Innovations- und Zeitwettbewerb tiefgreifend zu beeinflussen.

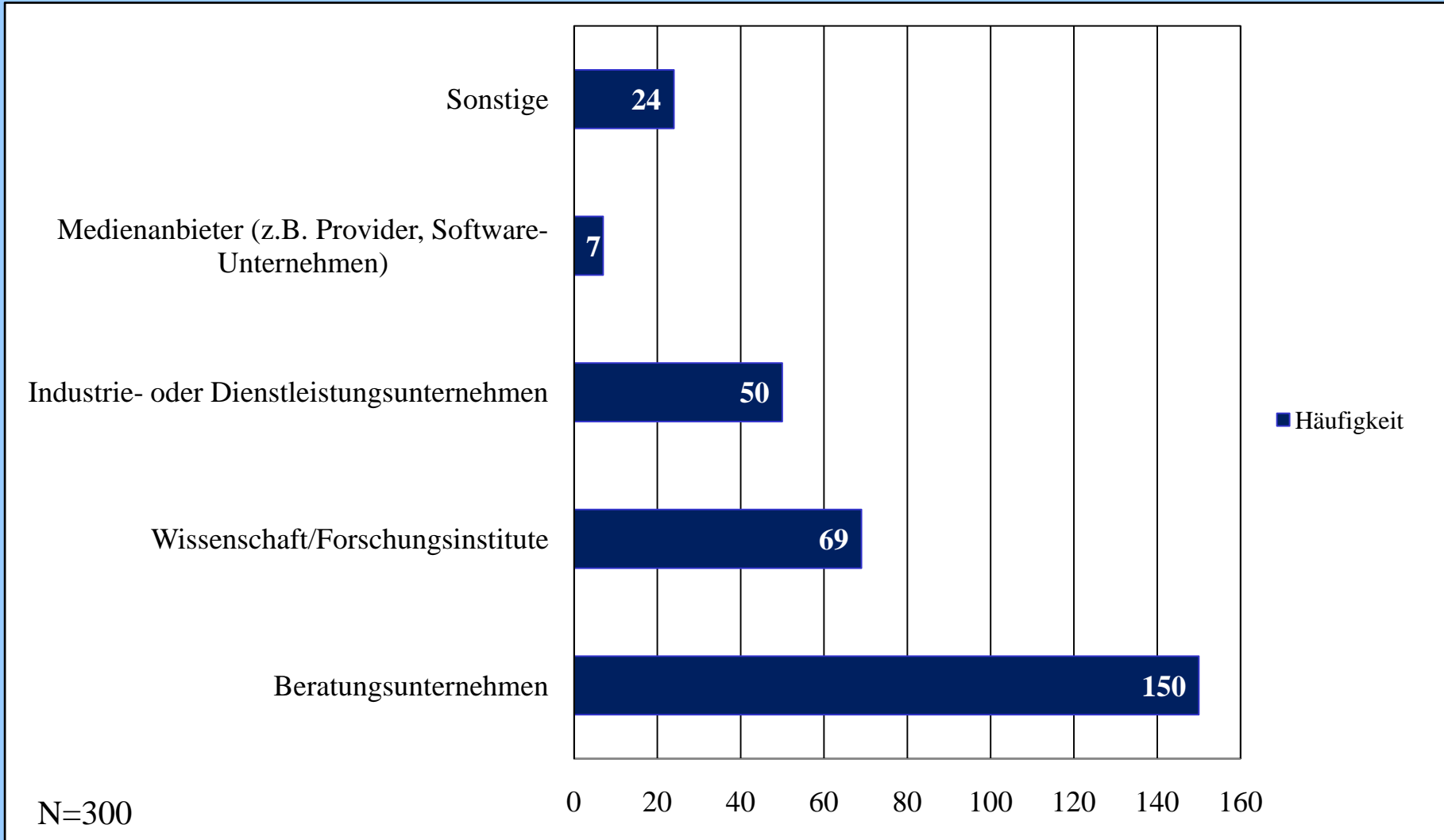
Hier stellt sich die Frage, ob und wie erfolgreich diese neuen Medien auch Change-Vorhaben unterstützen können. Der Lehrstuhl für Organisation der Universität Stuttgart hat hierzu zwischen dem 15.11.2007 und 15.01.2008 eine Online Experten-Befragung durchgeführt.

Erhoben wurde die Einschätzung des Anwendungs- und Nutzenpotenzials der neuen Medien und die Erfahrungen beim Einsatz dieser Medien. Die Autoren danken allen Teilnehmern an der Studie für ihre Mitwirkung.

Möglichkeiten für den weiteren Erfahrungsaustausch zum Thema Change Management im Allgemeinen und "Neue Medien im Change Management" im Speziellen eröffnet der Weblog unter <http://www.change-zweinull.de>

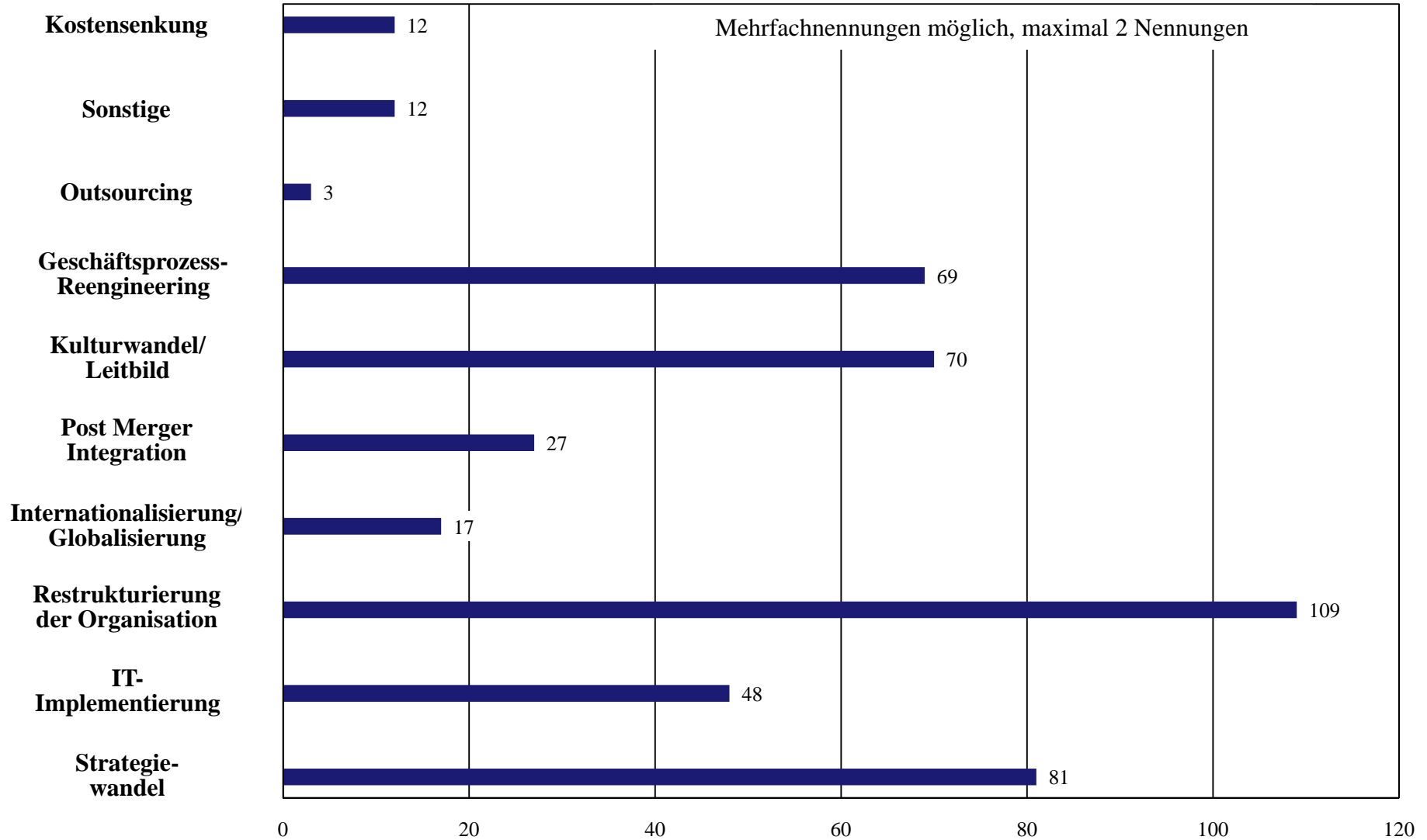


BERUFLICHE POSITIONIERUNG DER BEFRAGUNGSTEILNEHMER





CHANGE - ERFAHRUNG NACH KATEGORIEN VON CHANGE - PROJEKTEN





EINSATZ KONVENTIONELLER INSTRUMENTE IM CHANGE MANAGEMENT

N = 236

N = 227

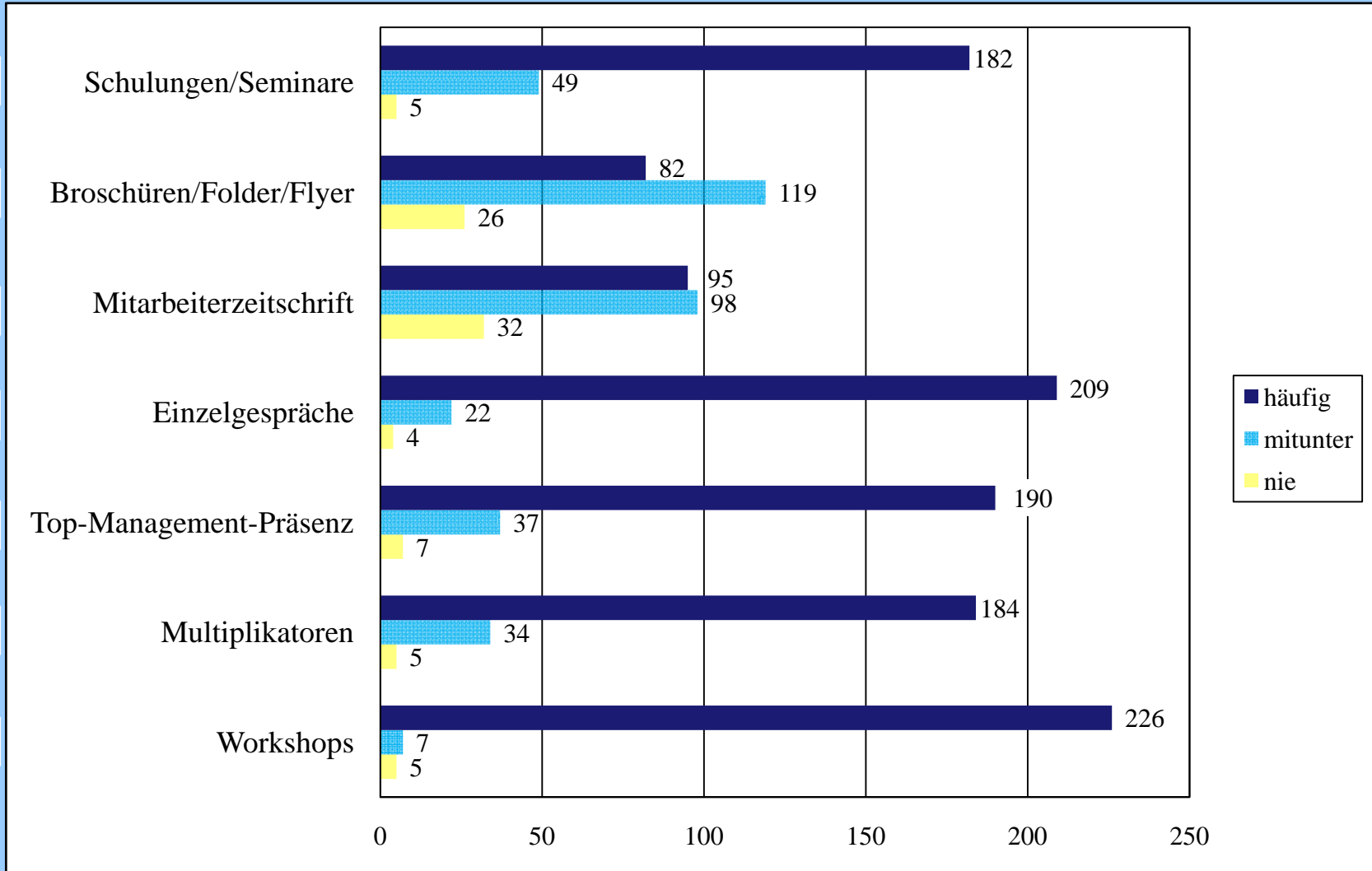
N = 225

N = 235

N = 234

N = 223

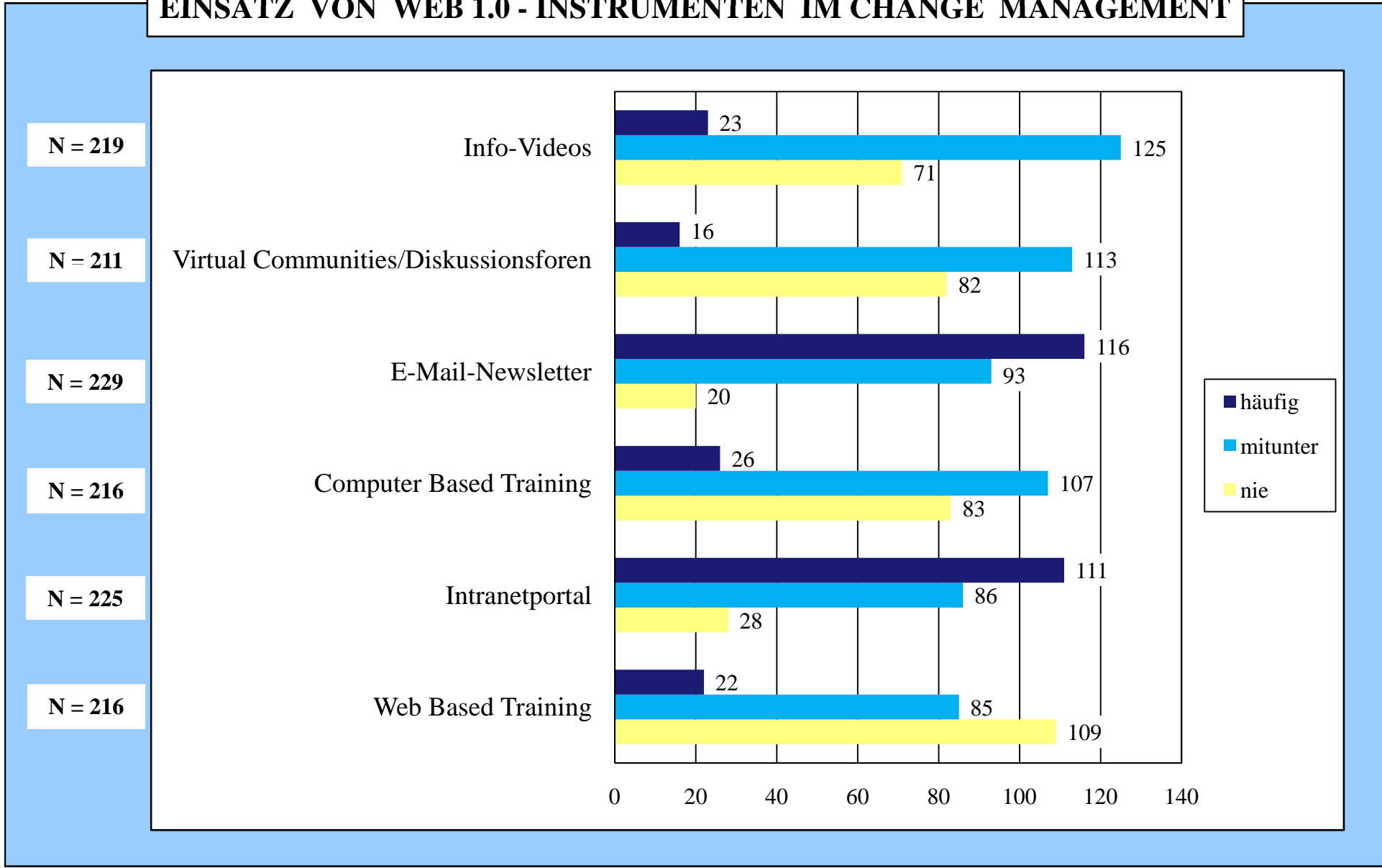
N = 238



■ häufig
 ■ mitunter
 ■ nie



EINSATZ VON WEB 1.0 - INSTRUMENTEN IM CHANGE MANAGEMENT





EINSATZ VON WEB 2.0 - INSTRUMENTEN IM CHANGE MANAGEMENT

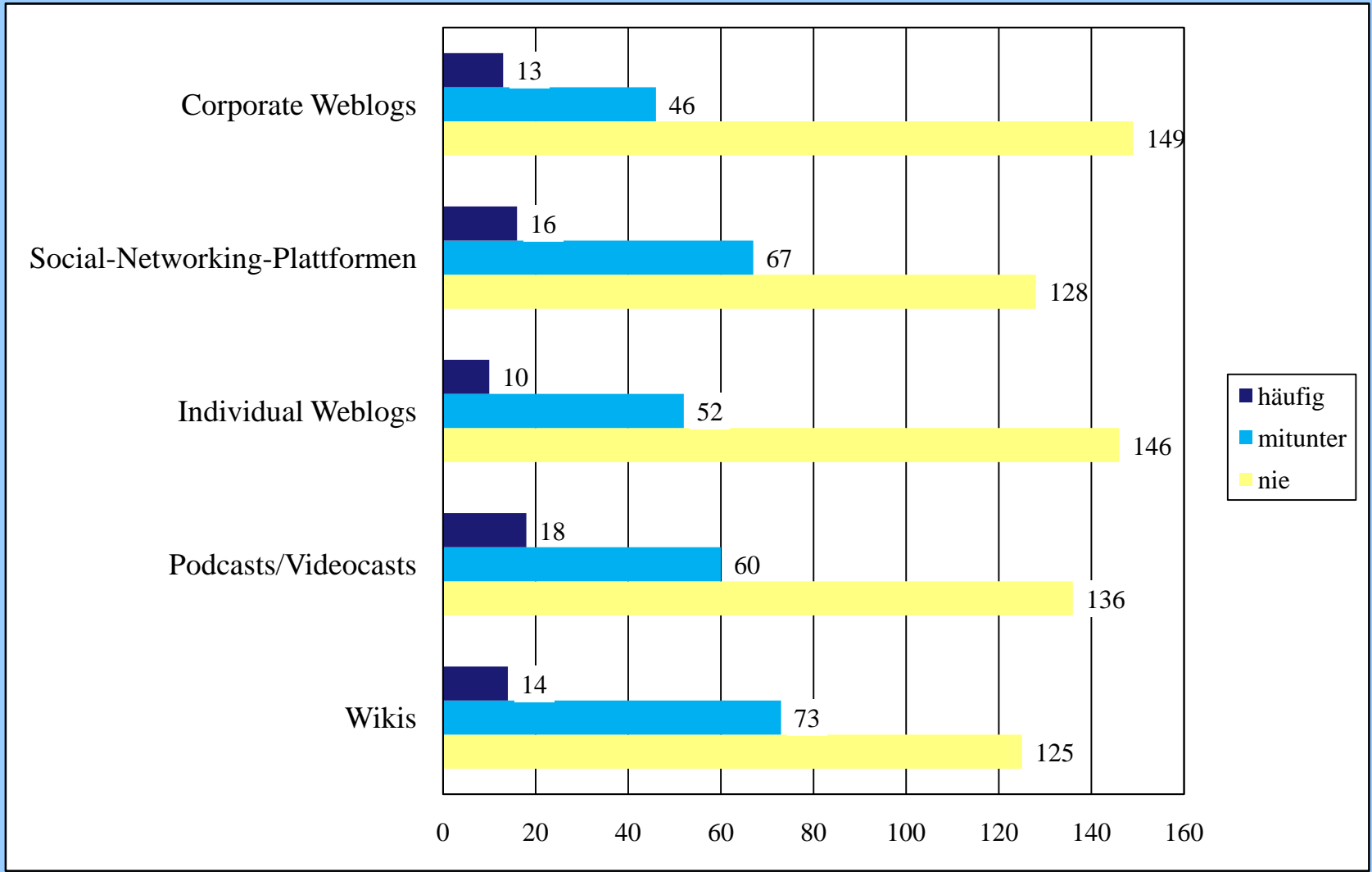
N = 208

N = 211

N = 208

N = 214

N = 212





WEB 2.0 - NUTZEN : INFORMATIONENSTAND DER BETROFFENEN ÜBER DEN WANDEL

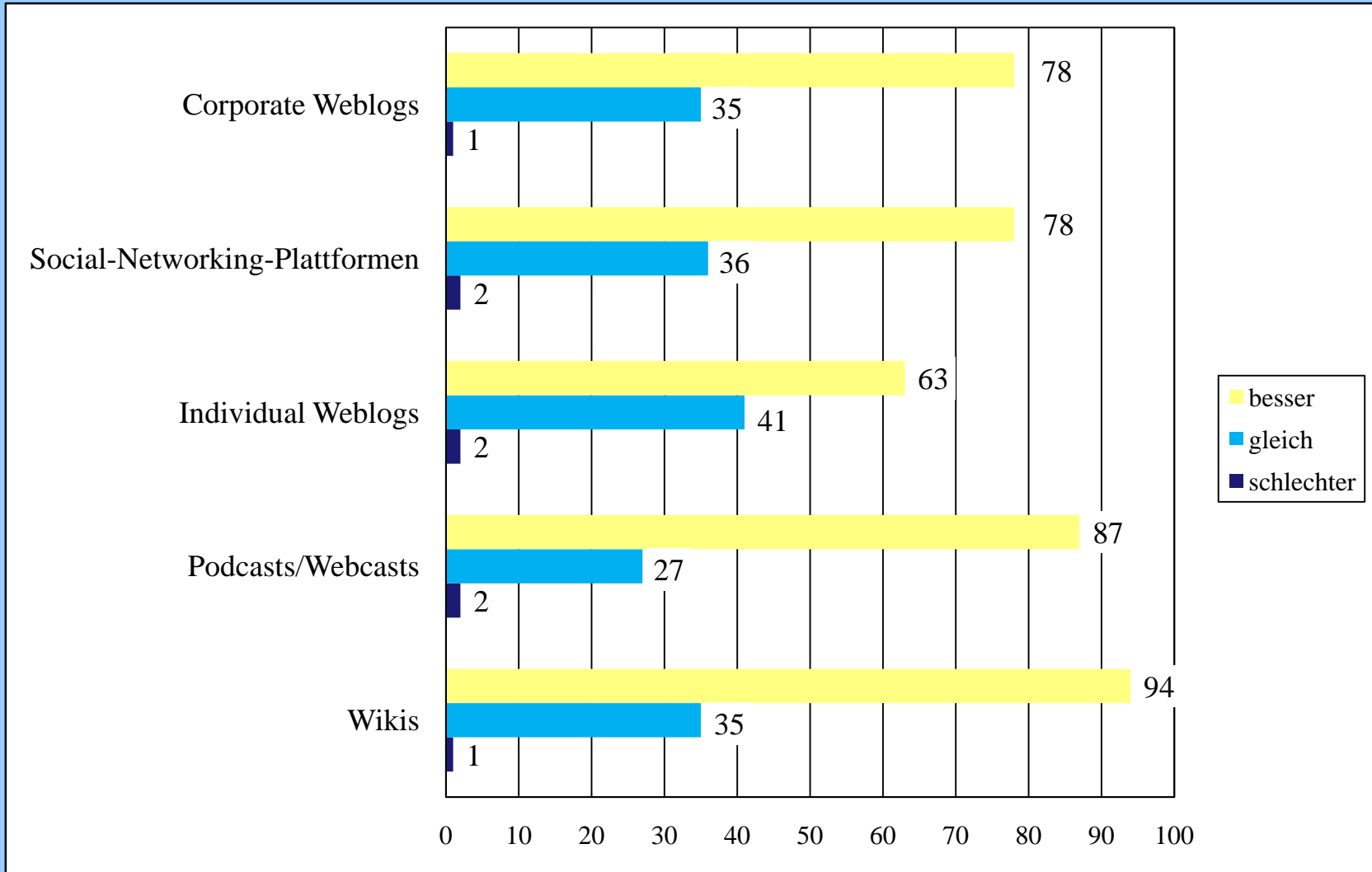
N = 114

N = 116

N = 106

N = 116

N = 130





WEB 2.0 - NUTZEN : MITWIRKUNG DER BETROFFENEN IM CHANGE PROJEKT

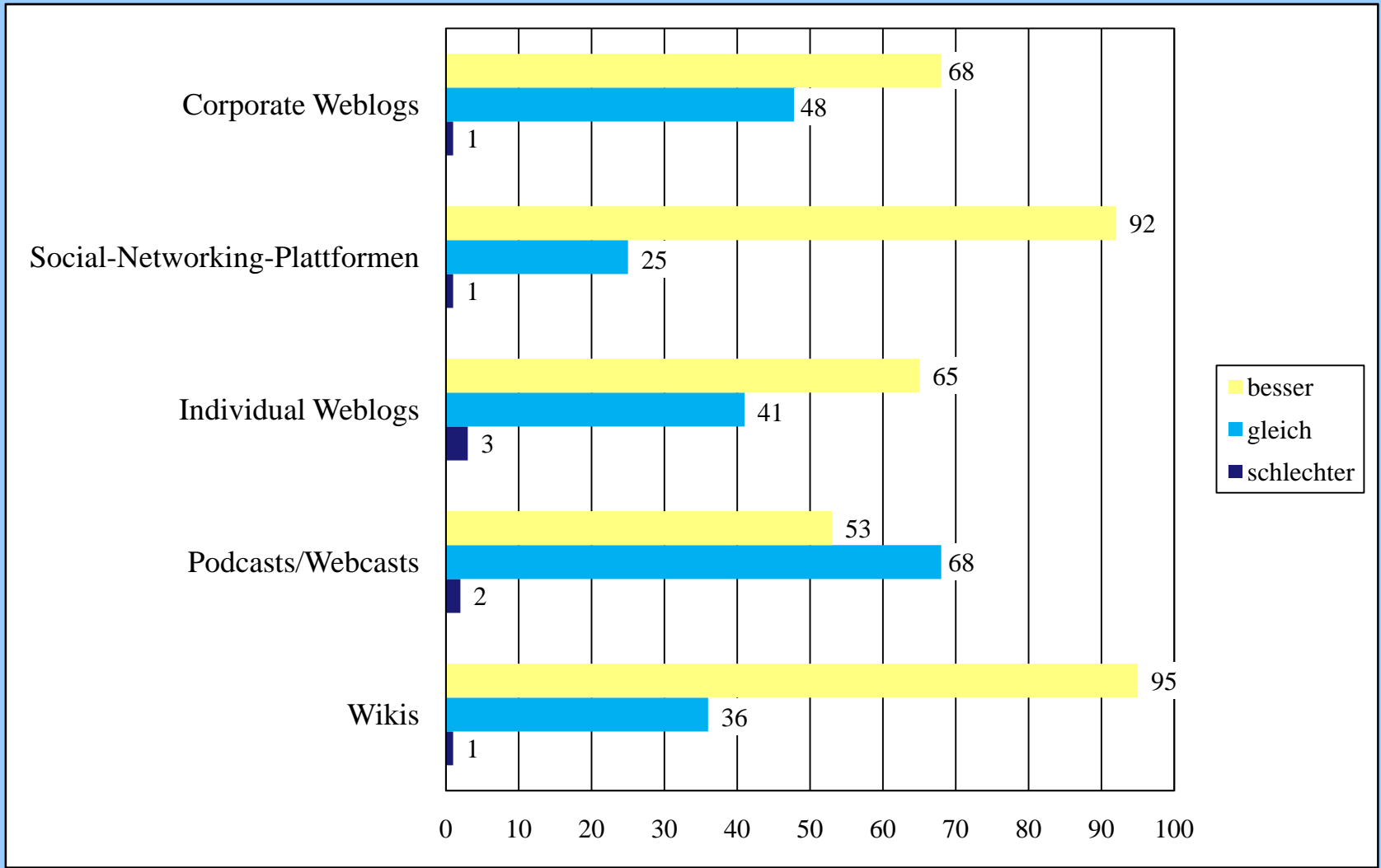
N = 117

N = 118

N = 109

N = 123

N = 132

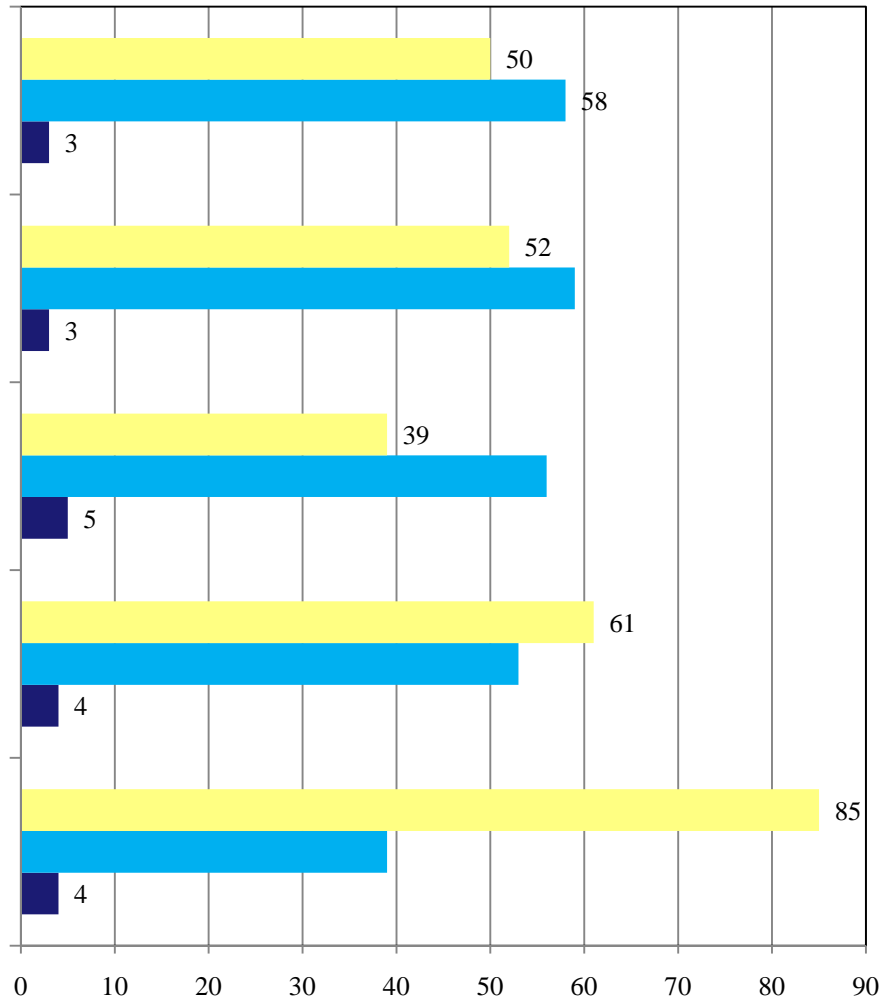




WEB 2.0 - NUTZEN : QUALIFIKATIONSSTAND DER BETROFFENEN

N=111

Corporate Weblogs



N=114

Social-Networking-Plattformen

N=100

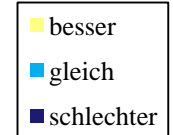
Individual Weblogs

N=118

Podcasts/Webcasts

N=128

Wikis





WEB 2.0 - NUTZEN : MOTIVATION DER BETROFFENEN FÜR DAS CHANGE-PROJEKT

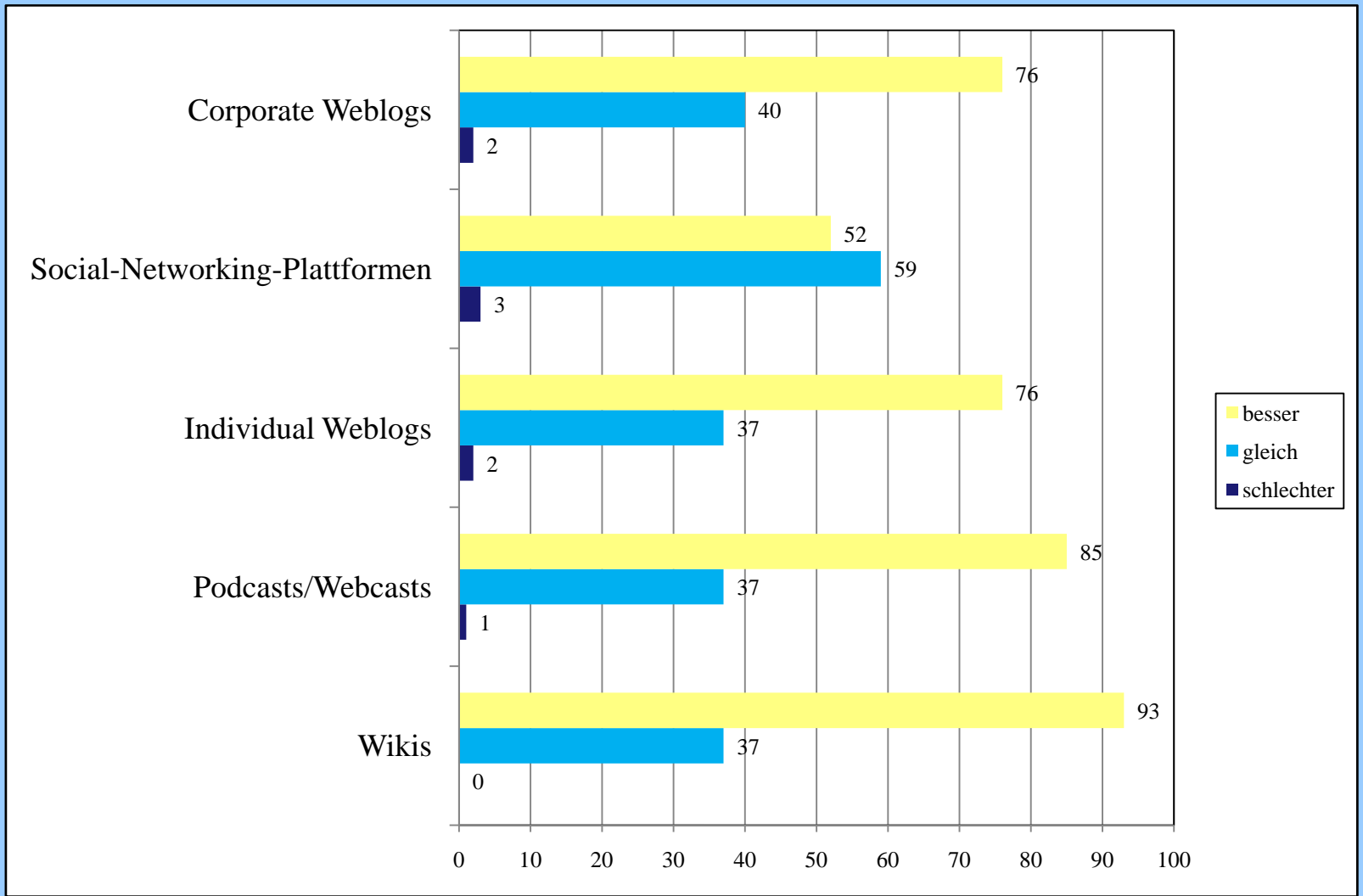
N=118

N=115

N=104

N=123

N=130





WEB 2.0-NUTZEN : SELBSTORGANISATION DER BETROFFENEN IM CHANGE-PROJEKT

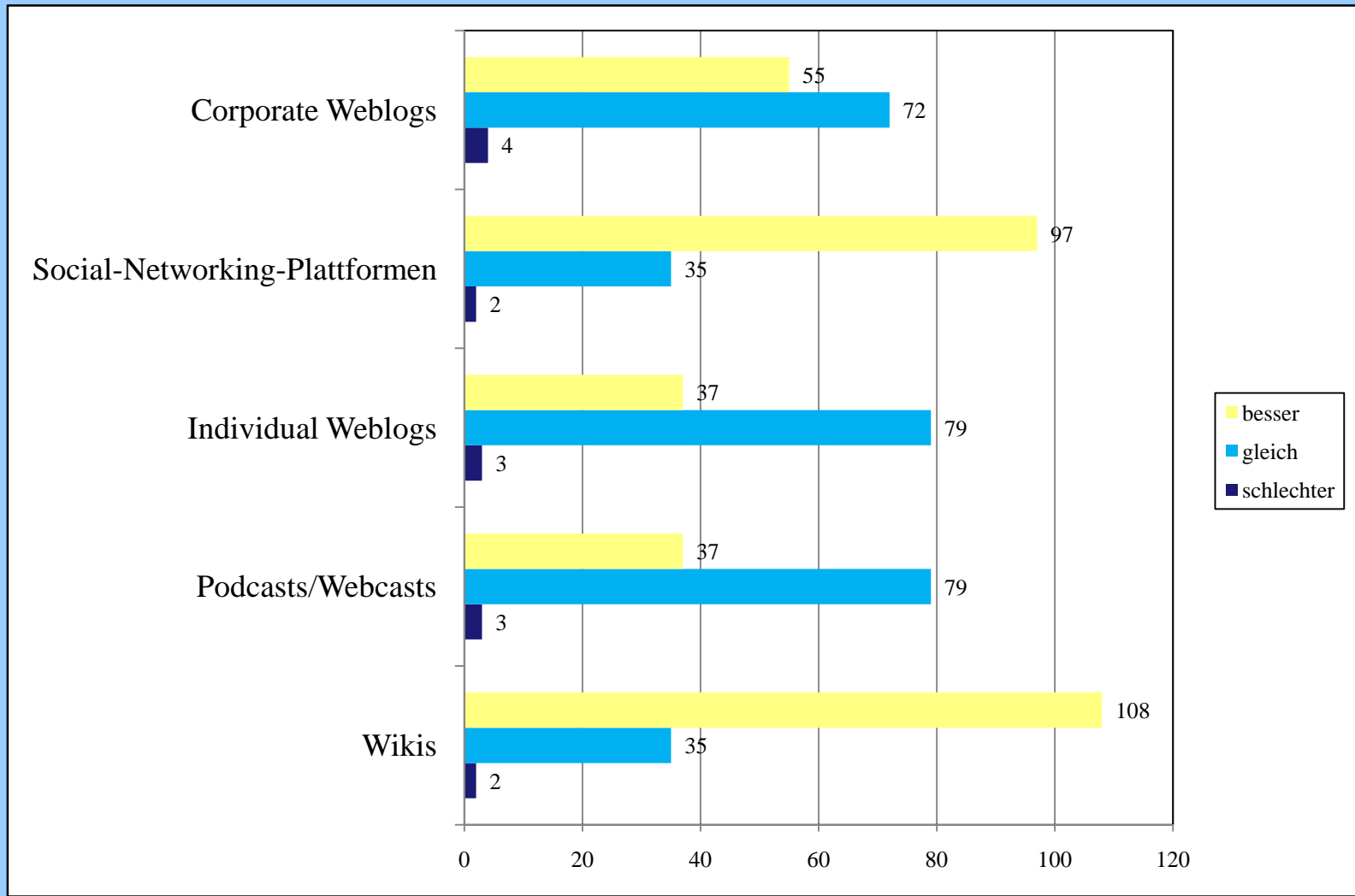
N=131

N=134

N=119

N=119

N=145





WEB 2.0 - NUTZEN : KOSTEN DER CHANGE-PROJEKTE

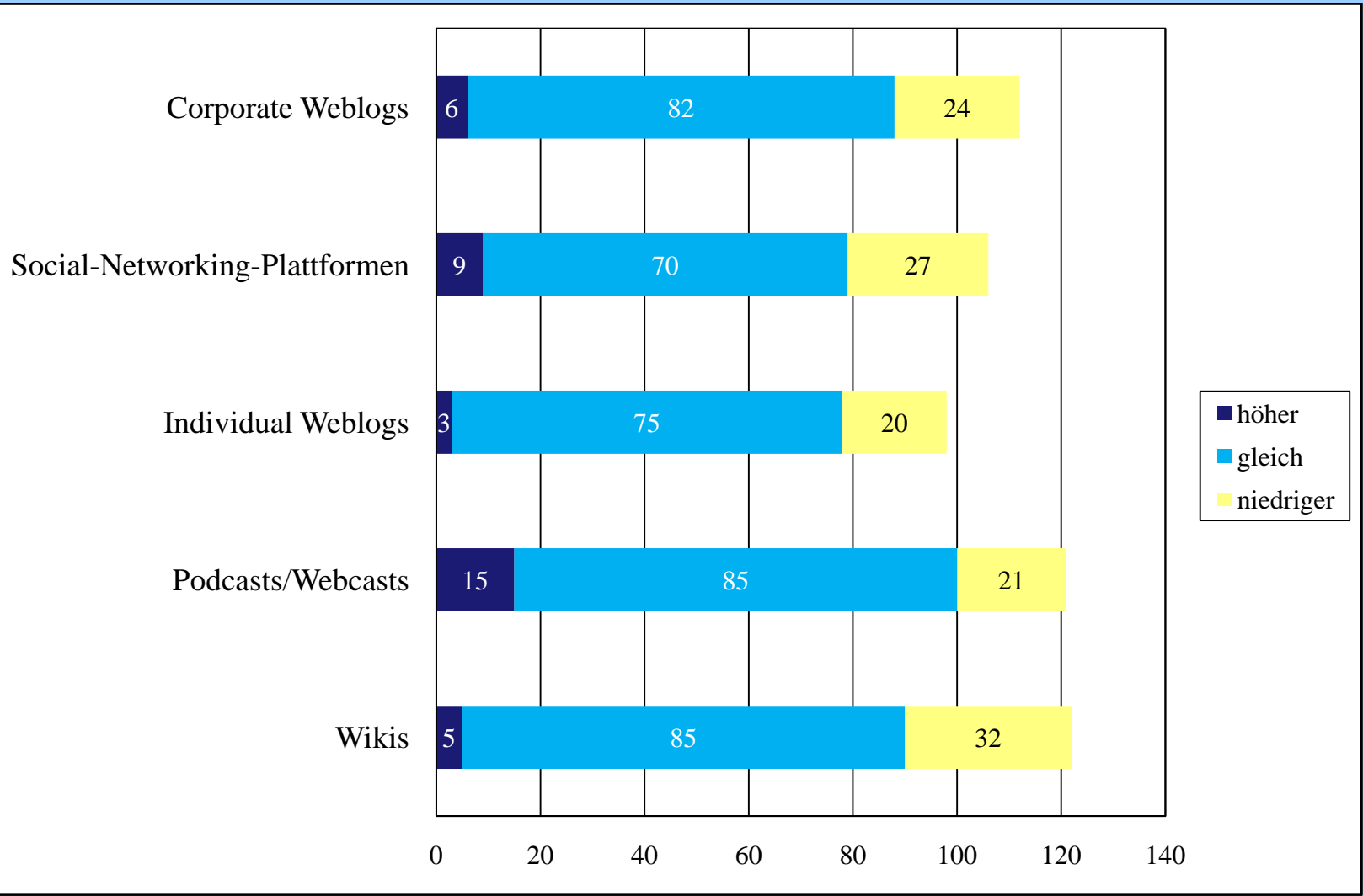
N = 112

N = 106

N = 198

N = 121

N = 122



■ höher
■ gleich
■ niedriger



WEB 2.0 - NUTZEN : DAUER DER CHANGE-PROJEKTE

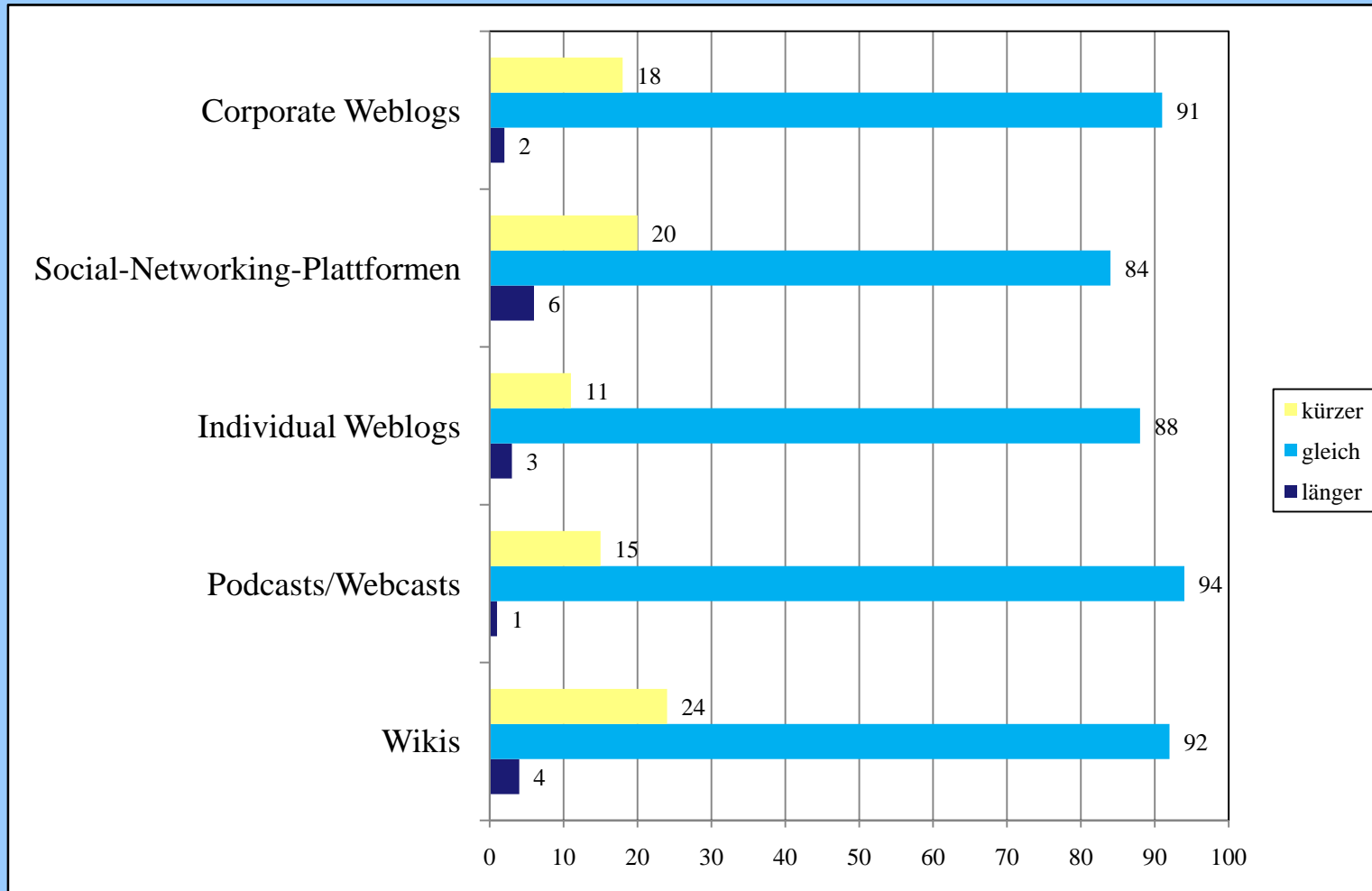
N=111

N=110

N=102

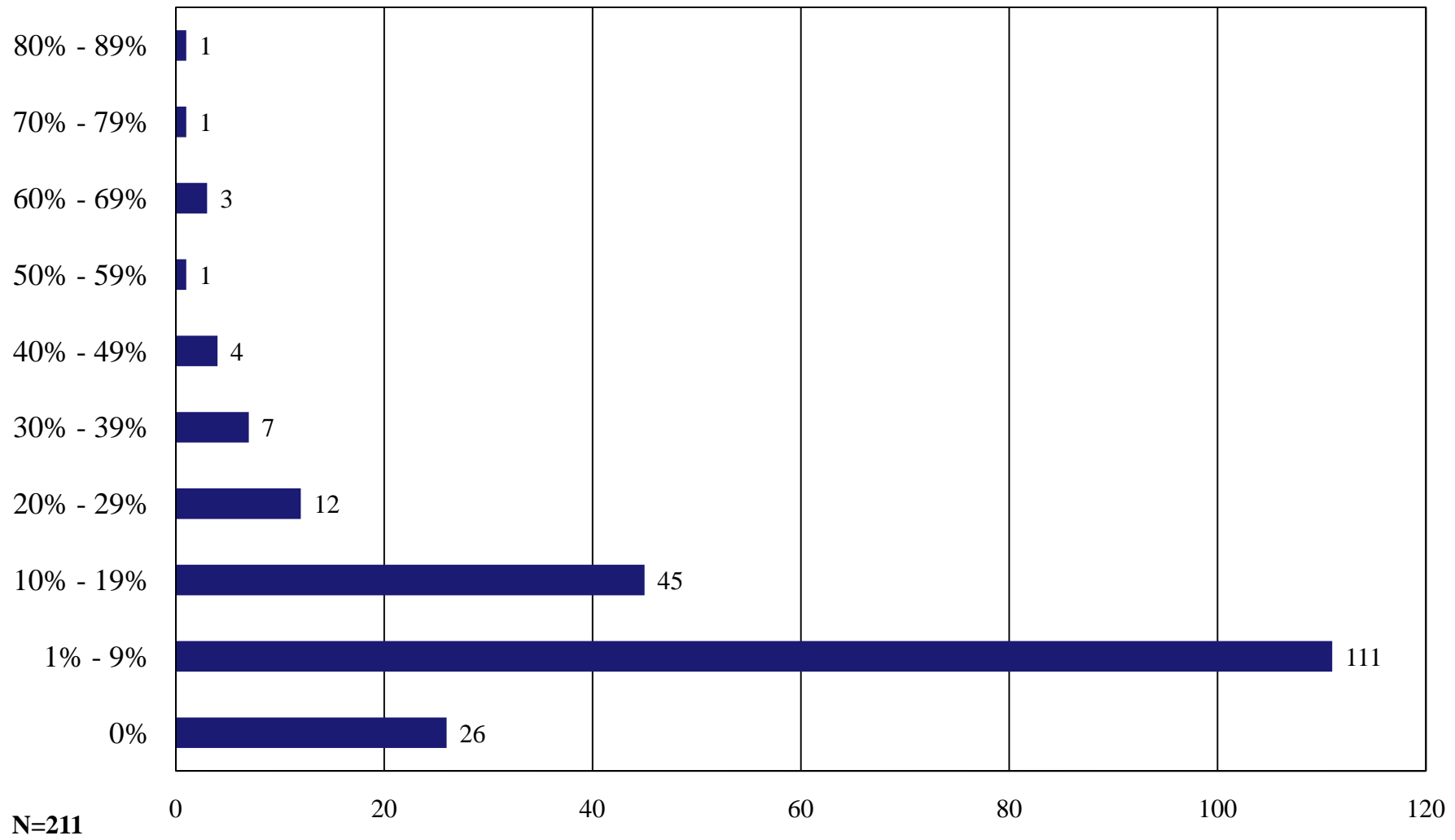
N=110

N=120



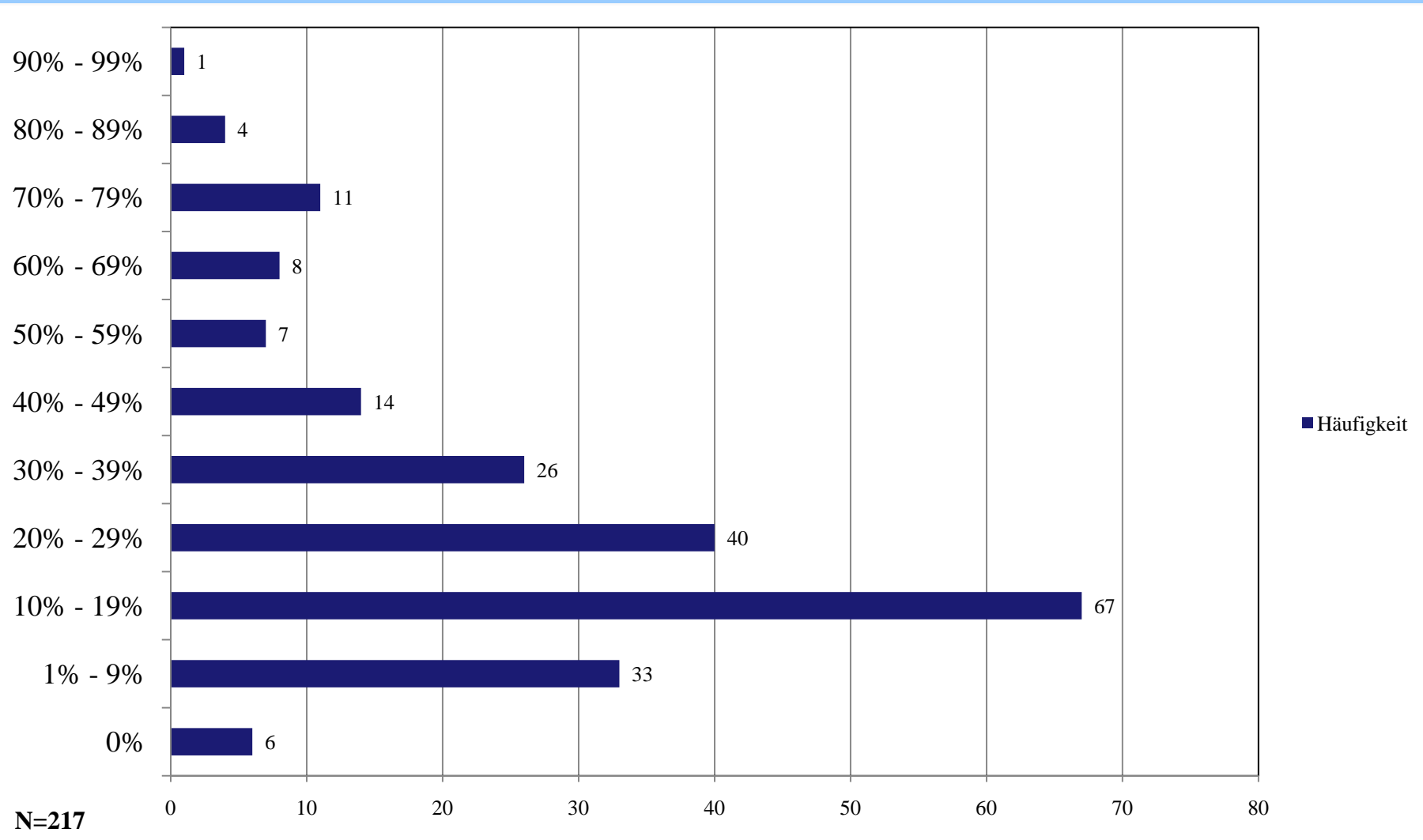


GEGENWÄRTIGER ANTEIL DER WEB 2.0 - INSTRUMENTE IM CHANGE MANAGEMENT





ZUKÜNFTIGER ANTEIL DER WEB 2.0 - INSTRUMENTE IM CHANGE MANAGEMENT





WIRKUNGSSPEKTRUM VON WEB 2.0 - INSTRUMENTEN

N=172

N=178

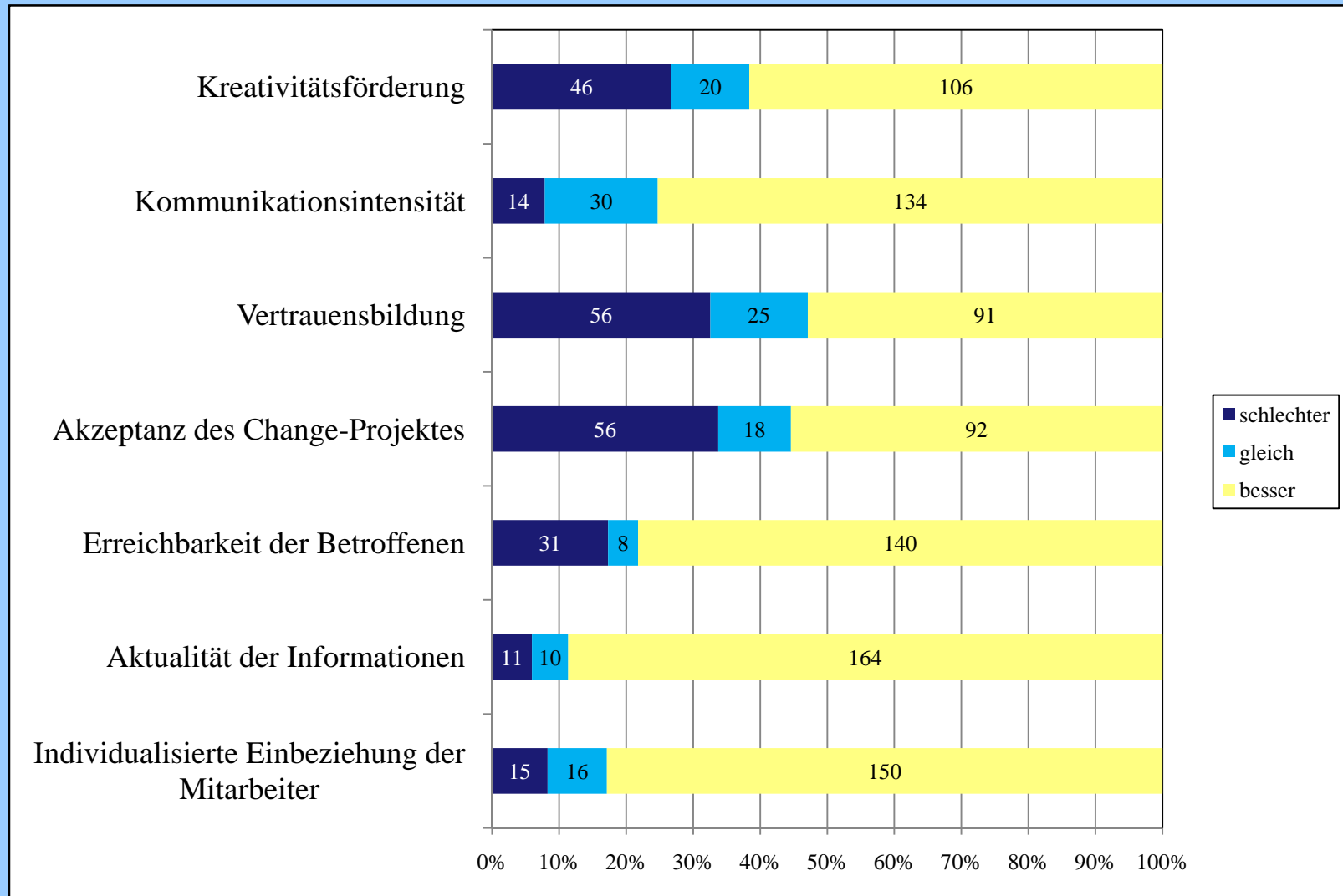
N=172

N=166

N=179

N=185

N=181





WIRKUNGSSPEKTRUM VON WEB 2.0 - INSTRUMENTEN

N=170

N=179

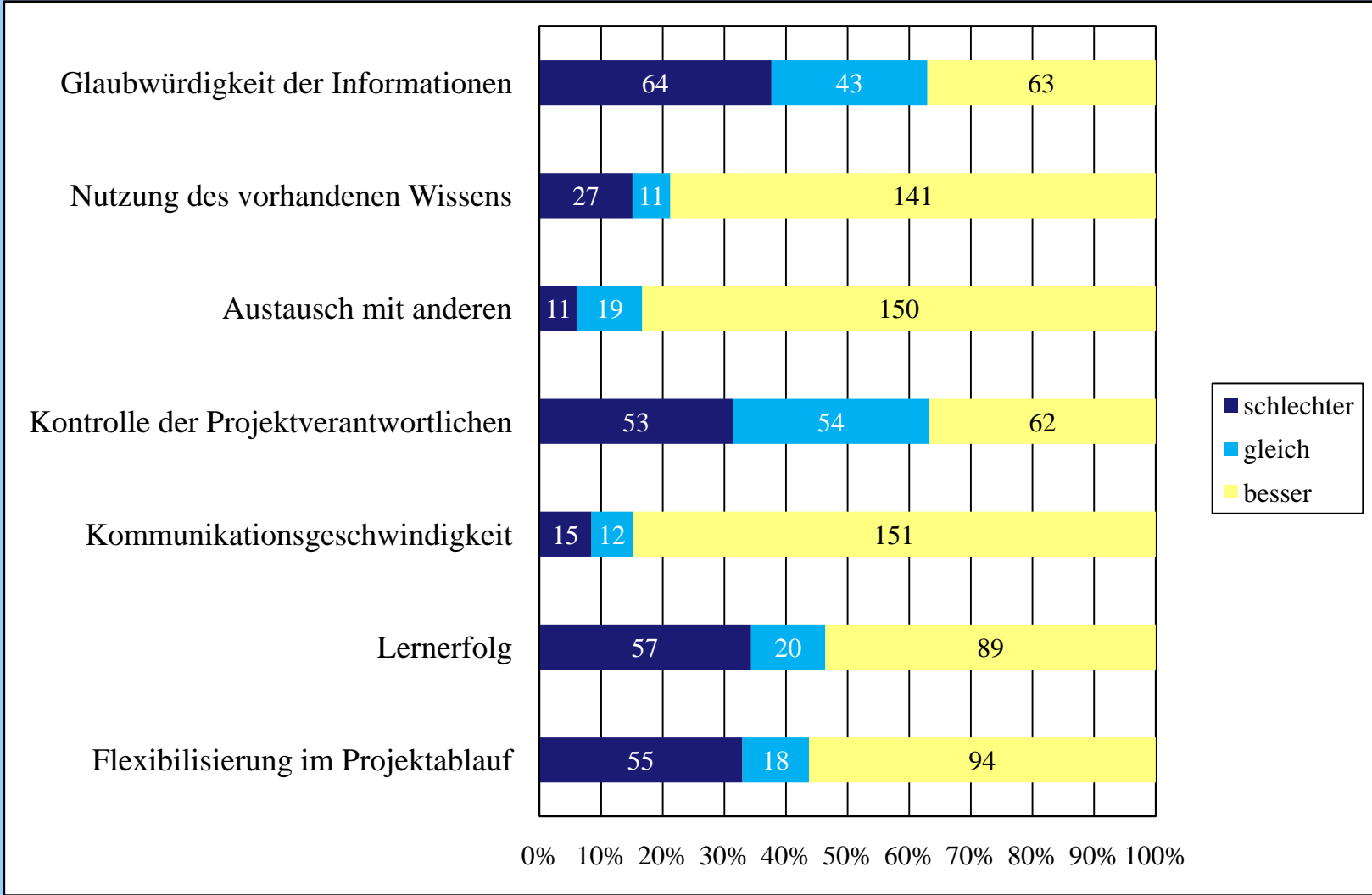
N=180

N=169

N=178

N=166

N=167



■ schlechter
■ gleich
■ besser

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%