

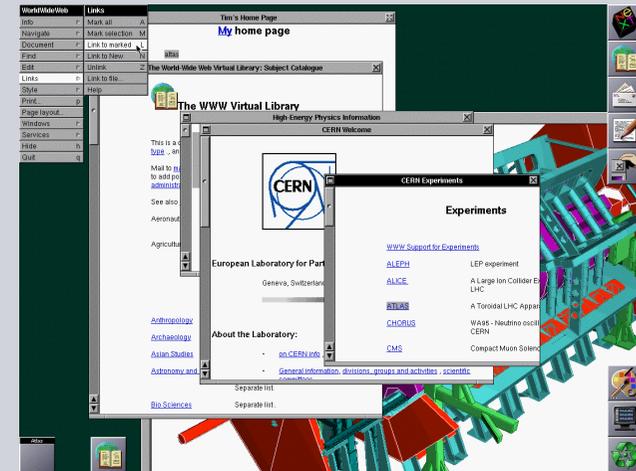
# **Konzeption eines Social Networks innerhalb eines Firmenintranets**

Antrittsvortrag Diplomarbeit

## Vom WWW zum Web 2.0

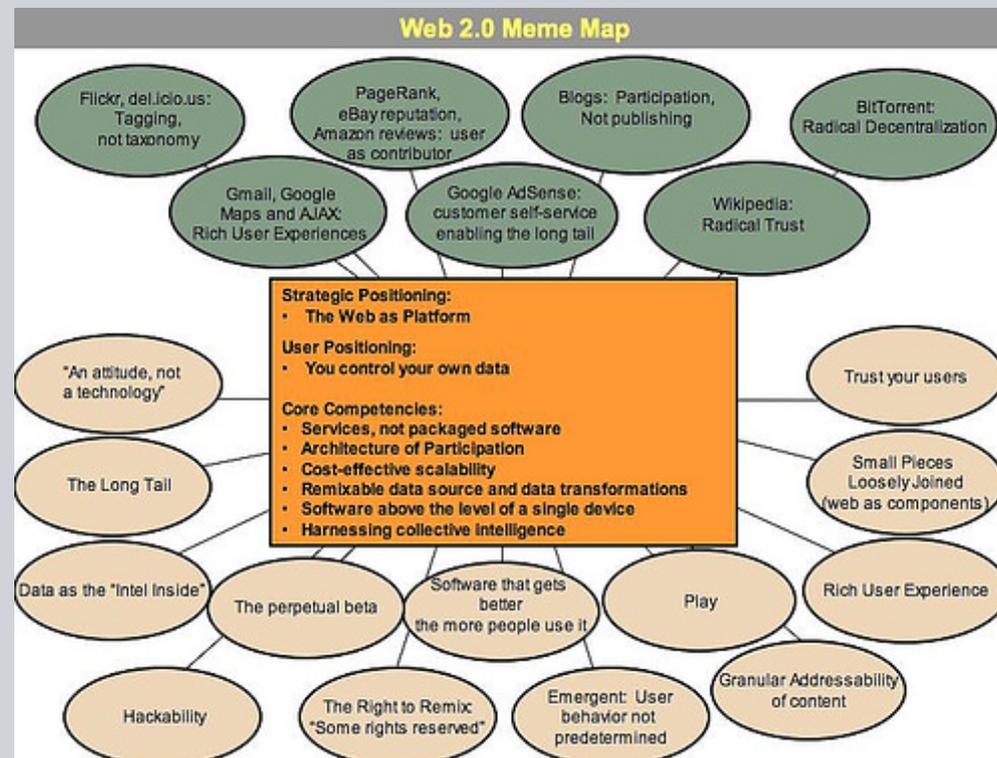
- 1990: „WorldWideWeb: Proposal for a HyperText Project“
- 1990: WorldWideWeb (W3)-Projekt
- Weihnachten 1990:  
Erster Web-Browser „WorldWideWeb“
- 30. April 1993: Freigabe für Öffentlichkeit
- 1993: NCSA Mosaic: Grafiken in HTML
- 1994: World Wide Web Consortium (W3C)
- 1995: Netscape: JavaScript
- 1998: XML: Metasprache, Untermenge von SGML
- 1999: XMLHttpRequest

» Grundlagen für AJAX-Programmierung seit 1999 verfügbar



## Begriff „Web 2.0“

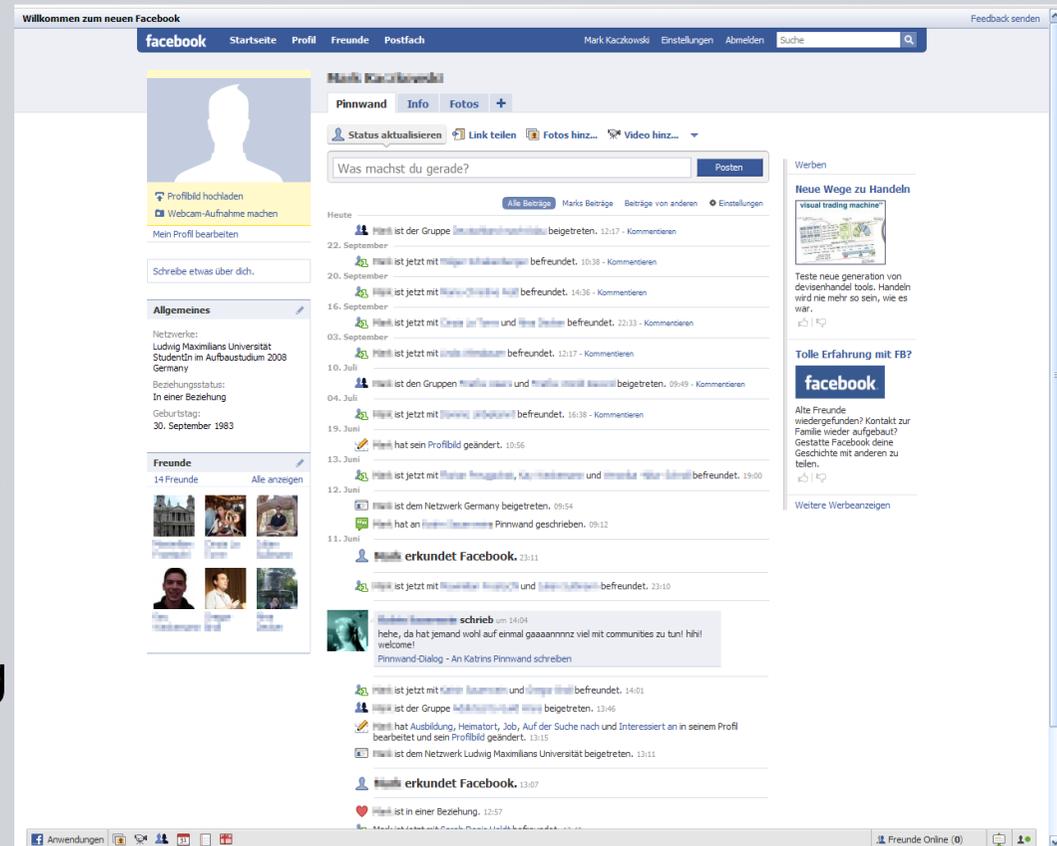
- Kunstbegriff, keine neue Technologie
- Kombination aus bestehenden Technologien
- 2004 für Konferenz erschaffen
- 2005: O'Reilly: „What is the Web 2.0? [...]“



## Social Networks: facebook

- 2004: Mark Zuckerberg
- Anfangs nur für Harvard Studenten
- .edu Mailadresse vonnöten
- 2006: Öffnung für breite Masse
- 2007: „Facebook Platform“ – API
- 2007: Microsoft Minderheitsanteil für 240 Millionen Dollar
- März 2008: Deutschsprachig

§ August 2008: 100 Millionen



## LinkedIn

- Dezember 2002: Reid Hoffman
- 2003 online
- August 2008: 7,5 Millionen Unique Visitors
- Erst Juli 2008 Spanisch
- Deutsch Februar 2009
- Premium-Accounts: 19,95-200\$

The screenshot shows a LinkedIn profile for Mark Kaczowski. The profile is currently 0% complete, with a prompt to add a position to reach 25% completion. The profile includes sections for Current and Past positions, Education, Recommended (no recommendations yet), Connections (2 connections), Industry (Computer Software), and Websites (My Company). There is also a 'Public Profile' section with a 'Public Profile setting: NONE' and a 'Summary' section with 'Add Summary' and 'Add Specialties' buttons. The right sidebar features an advertisement for Siemens and a 'Mark Recommends' section with a 'Recommend people' button.

## Lokalisten

- 2005: Lokalisten Media GmbH
- 2008: 90% ProSiebenSat.1 Media AG
- August 2008: 2,3 Millionen



## studiVZ

- Oktober 2005: Studentengründung
- 2007: Holtzbrinck-Verlagsgruppe
- Oktober 2008: 10 Millionen
- Ableger: schuelerVZ, meinVZ

Deine Lieblingsmarken zum Freundschaftspreis

**STUDIVERZEICHNIS** suche einladen Hilfe Klartext boutique einstieg raus hier

Meine Seite (LMU München)

**Verbindung** Das bist Du!

**Information**

**Account**  
 Name: **Herr Kaczkowski**  
 Verzeichnis: **studiVZ**  
 Mitglied seit: **18.07.2007**  
 Letztes Update: **19.06.2008**

**Allgemeines** [bearbeiten]  
 Hochschule: **LMU München (seit 2003)**  
 Status: **Student(in)**  
 Studiengang: **Informatik**  
 Studienrichtung: **Informatik**  
 Geschlecht: **unbekannt**  
 Geburtstag: **unbekannt**

**Früher** [bearbeiten]  
 Letzte Schule: **unbekannt**

**Kontakt** [bearbeiten]  
 Auf der Suche nach: **Freunde**  
 Beziehungsstatus: **unbekannt**

**Arbeit** [bearbeiten]

**Lehrveranstaltungen** [bearbeiten]

- **Grundvorlesung I (Zwei Semester)** WS 06/07
- **Wichtigste Vorlesung (zwei Semester)** WS 06/07
- **Mathematik (zwei Semester)** SS 07
- **IT I (zwei Semester)** WS 06/07
- **Verteilte Systemen (zwei Semester)** WS 06/07
- **Programmieren (zwei Semester)** SS 07
- **Mathematik (zwei Semester)** SS 07

**Gruppen** [Details]

- **Freunde (LMU München)**
- **Freunde**
- **Freunde (andere Hochschulen)**
- **Freunde (andere Hochschulen)**

**Pinnwand**  
 Zeige 10 von 10 Einträgen Etwas schreiben | Alle ansehen

## XING

- Juli 2003: openBC
- Ende 2006: XING
- 16 verschiedene Sprachen
- Premium-Accounts: 5,95€/ Monat (September 2008 500.000 Nutzer)
- Gesamtumsatz 2008 25,09 Mill € (+28%)

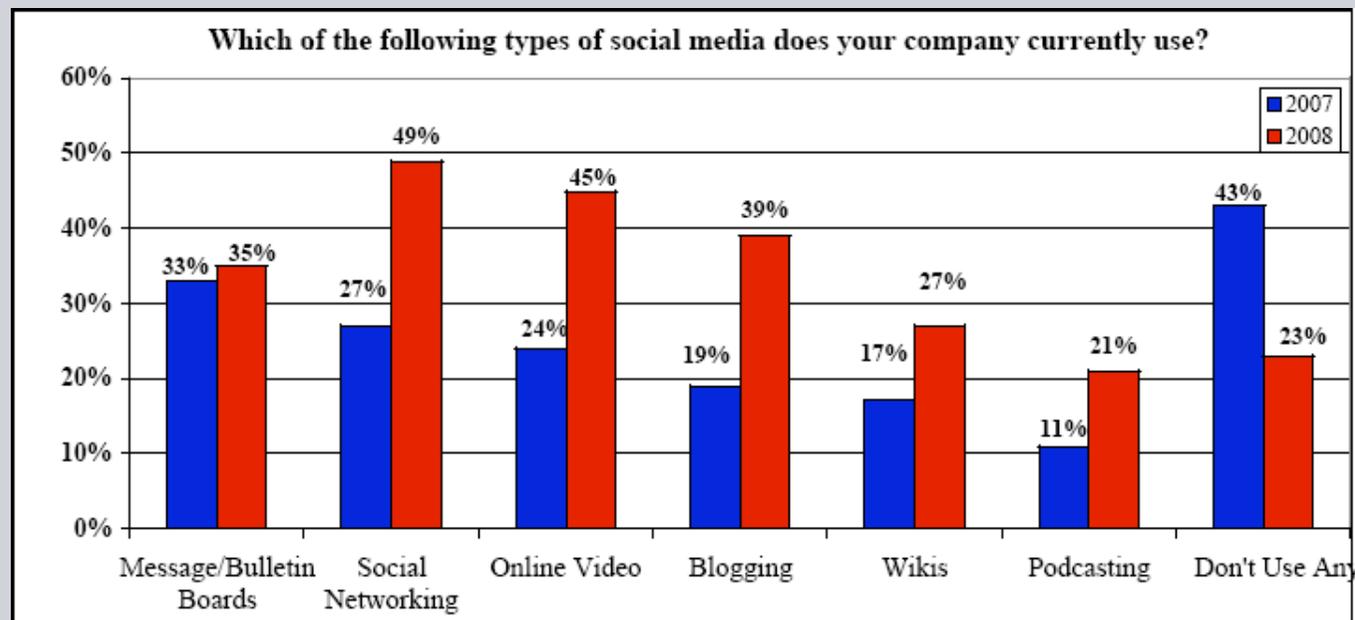
The screenshot shows a XING profile for Mark Kaczowski, a student at Ludwig-Maximilians-Universität München. The profile includes a photo, contact information, and various sections for business data, education, and interests. The right sidebar contains a search bar, navigation links, and a status update section. A banner for 'JACQUES COUSTEAU EINMALIGE AUFNAHMEN' is visible, along with a 'Please install Flash and enable JavaScript.' message.

## Forschung zu Social Networks

- 1967: Milgram: „The small world problem“
- 2002: IBM: 4 Dimensionen für Wissenserstellung und –verwendung
  - Wissen was jemand anderes weiß
  - Zeitnahen Zugang zu dieser Person bekommen
  - Brauchbares Wissen durch kognitiven Dialog erschaffen
  - Von einem zuverlässigen Kontakt lernen
- 2006: Foth: Verwendung von lokalem SN durch Anwohner
- 2007: Trost: SN Identität – Chance oder Gefahr
  - PRO: Marketinginstrument, Rekrutierungsinstrument, Image verbessern, Beziehungen pflegen
  - CONTRA: Wahrung Geschäftsverkehrs, Sicherheit, Informationssicherheit, Privatsphäre, Rufschädigung, Mobbing und Stalking, Spam und Viren, Betriebsspionage, Bewerbung

## Social Software in Unternehmen

- Meisten Unternehmen noch einfache „Gelbe Seiten“- Anwendungen
- BluePages / Lotus Connections
- Microsoft Office Sharepoint



Nora Ganim Barnes Eric Mattson. Social media in the inc. 500: The first longitudinal study. 2008

## Experteninterview

- Kurzinterview 8 Mitarbeiter, unterschiedlichen Hierarchieebenen
- OpenCard Sorting zum Feststellung der Bedürfnissen / Wünschen an ein SN im Intranet



## Experteninterview - Ergebnisse

- Bekanntesten: Facebook, XING, LinkedIn
- Genutzt: XING, Facebook, Lokalisten
- Vielfältige Angaben nach verschiedenen Aufgabenbereichen, teils ohne Übereinstimmungen
- Häufigste Wünsche: Bild, Kontaktdaten, Ausbildung / Lebenslauf / Arbeitsgebiete, Kontaktliste
- Keine Person wünschte „*noch* eine Plattform“

» Reines Social Network keinen Mehrwert, wäre nur Erweiterung bestehender Applikationen

**Hypothese: Weiteres SN würde kaum genutzt werden, integrativer und erweiterter Ansatz bestehender Applikationen zielbringender.**

## Social Platform

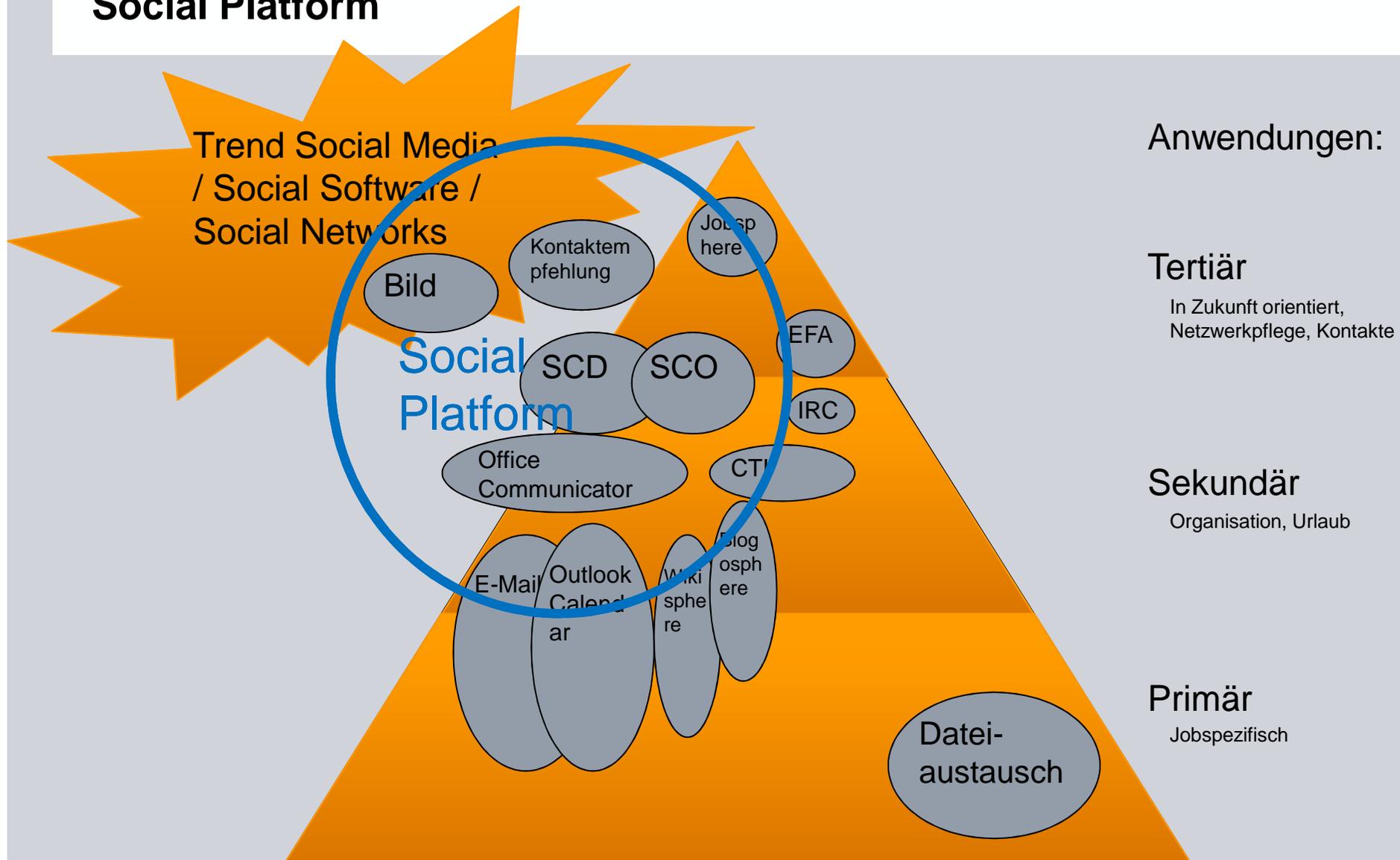
### Ziel:

- § Integration von „besten“ SN-Komponenten & Intranet-Applikationen
- § Übergeordnetes / berufsübergreifend
- § Von jedem Rechner Zugriff
- § zentrale Anlaufstelle

### Vorteile:

- § verringert langwieriges Suchen oder Navigieren
- § Erhöhung der Übersicht
- § keine Neuanmeldungen notwendig
- § zugeschnitten auf jeweiliges Unternehmen

## Social Platform



## Ausblick

- Inhalte der neuen Plattform definieren
- Grundaufbau
- Exemplarische Szenarien erstellen
- Prototypische Realisierung
- Evaluation mit zwei Personen aus Experteninterview