

KOLLABORATIVE TOOLS IN DER INTERNEN KOMMUNIKATION

Studienprojekt im Rahmen der Lernagentur III - Angewandte Forschung zu PR und Unternehmenskommunikation, Sommersemester 2019

1 FORSCHUNGSFRAGE

Welche Komponente tragen zur Veränderungsbereitschaft und der Etablierung von kollaborativen Tools in der internen Kommunikation bei?

Unterfrage: Welche Hürden bringen das Etablieren eines kollaborativen Tools mit sich?

2 RECHERCHE

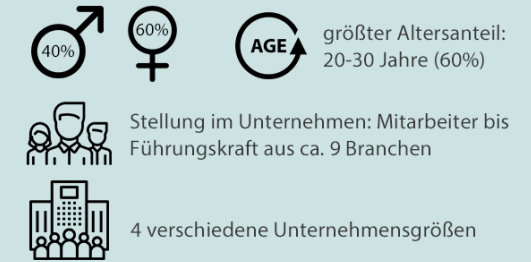
Nach der Erstellung der Forschungsfrage wurde eine Literaturrecherche mit einer Metaanalyse zum aktuellen Stand der Forschung durchgeführt. Hierbei fiel auf, dass bereits eine Social Collaboration Studie erschienen ist. Diese untersuchte jedoch nicht die Veränderungsbereitschaft und mögliche Hürden bei der Etablierung.

3 UNTERSUCHUNGSDESIGN

- Fragebogen in Unipark erstellt
- verschiedene Fragetypen: Einfachauswahl, Mehrfachauswahl & Matrixfragen
- geschlossene & offene Fragen
- Abfrage soziodemographischen Daten, unternehmensbezogene Daten, Persönlichkeitsfragen & Kenntnisse sowie Nutzung kollaborativer Tools

4 STICHPROBE

Quantitativer Fragebogen mit 60 Befragten:



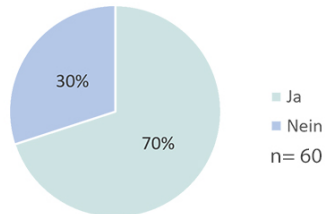
HYPOTHESEN (3 VON 6)

1) Mitarbeiter sind der Meinung, dass die erfolgreiche Einführung von kollaborativen Tools von den Führungskräften abhängt.

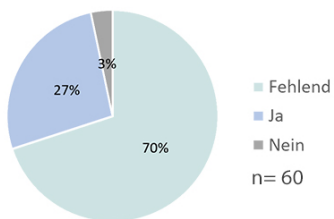
2) Das weibliche Geschlecht hat durch die Kommunikationsstärke und den höheren Kommunikationsbedarf, ein größeres Interesse an kollaborativen Tools als das männliche Geschlecht.

3) Technikaffine Branchen sind offener gegenüber neuen Technologien als soziale Branchen & haben somit ein größeres Interesse an kollaborativen Tools.

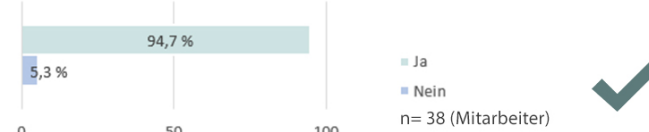
NUTZUNG KOLLABORATIVER TOOLS



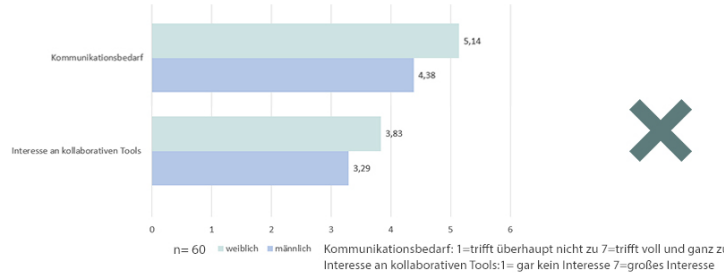
BEREITSCHAFT FÜR KOLLABORATIVER TOOLS



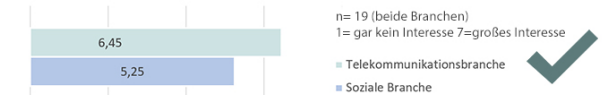
Hypothese 1: Einführung kollaborativer Tools hängt von den Führungskräften ab.



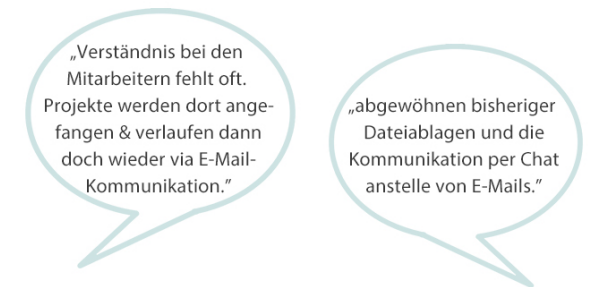
Hypothese 2: Frauen haben ein höheren Kommunikationsbedarf und somit ein größeres Interesse an kollaborativen Tools.



Hypothese 3: Technikaffine Branchen haben ein größeres Interesse an kollaborativen Tools als soziale Branchen.



HÜRDEN



FAZIT

Mithilfe unserer Umfrage haben wir herausgefunden, dass Führungskräfte eine entscheidende Rolle bei der Einführung von kollaborativen Tools zugeschrieben wird. Außerdem konnte festgestellt werden, dass das Interesse an kollaborativen Tools unabhängig von dem Geschlecht ist. Hürden beim Etablieren von kollaborativen Tools liegen in den Bereichen Akzeptanz, Motivation, Kompetenzen der Mitarbeiter und Führungskräfte sowie im kollaborativen Umgang.