

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
1 Soziale Medien in Organisationen: Probleme der Steuerung emergenter IT-Artefakte	1
1.1 Stand der Forschung – Regelwerke als Ankerpunkt der Governance.....	4
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen – adaptive Gestaltung von Regelwerken.....	7
1.3 Zugrundeliegende Forschungsmethode.....	11
1.4 Aufbau der Arbeit.....	14
2 Grundlagen zu der IT-Governance und den sozialen Medien	17
2.1 Wechselnde Bedeutung der Informationstechnik in Organisationen.....	17
2.2 Begriffliche Einordnung des Governance-Begriffs.....	19
2.2.1 Corporate Governance als Ordnungsrahmen für Organisationen.....	23
2.2.2 IT-Governance: Steuerung und Ausrichtung des IT-Einsatzes.....	28
2.2.3 Begriffsverständnis der IT-Governance.....	31
2.2.4 Regelwerke der IT-Governance als Bezugsrahmen für die Steuerung.....	35
2.2.5 Regelwerke für die Steuerung sozialer Medien.....	38
2.3 Soziale Medien als Kommunikationsinstrument.....	41
2.3.1 Grundlagen der Internet-Nutzung und des World Wide Webs.....	45
2.3.2 Definition und Begriffsbestimmung.....	49
2.3.3 Entwicklung sozialer Medien im Kontext des Internets.....	51
2.3.4 Organisationaler Einsatz sozialer Medien – ein Überblick.....	55
3 Organisationale Adoption sozialer Medien: theoretischer Rahmen	61
3.1 Dualistische Ontologie als Basis etablierter Adoptionsansätze.....	61
3.1.1 Eigenschaften der IT-Artefakte und Forschungsrichtungen.....	62
3.1.2 Probleme bei der Adoption nutzungsoffener IT-Artefakte.....	64
3.2 Ansätze zur Adoption von IT-Artefakten.....	65

3.2.1	Grundzüge der Strukturierungstheorie nach <i>Giddens</i>	65
3.2.2	Adaptive Strukturierungstheorie nach <i>DeSanctis</i> und <i>Poole</i>	73
3.2.3	<i>Heideggers</i> Analyse des Equipments	83
3.3	Kritik an etablierten Appropriationsansätzen	99
3.3.1	Gegenüberstellung dualistischer und holistischer Ansätze	100
3.3.2	Auswahl der Ansätze für die Arbeit.....	102
4	Untersuchung organisationaler Regelwerke für die Nutzung sozialer Medien.....	105
4.1	Entwicklung eines Ansatzes zur Analyse der angestrebten Nutzung	105
4.2	Methodik der qualitativen Inhaltsanalyse	106
4.2.1	Zielsetzung der Analyse und Festlegung der Materialbasis	109
4.2.2	Bildung der Kategorien und Darstellung des Codierungsprozesses	111
4.2.3	Auswertung der Interrater-Reliabilität und verwendete Software	114
4.3	Qualitative Inhaltsanalyse organisationaler Regelwerke.....	117
4.3.1	Auswahl und Vorstellung der untersuchten Organisationen.....	117
4.3.2	Aufbau des Kategoriensystems und Erläuterung der Oberkategorien	123
4.4	Analyse der Regelwerke	164
4.4.1	Klassifizierung der Unterkategorien.....	165
4.4.2	Inhaltliche Ausgestaltung der Regelwerke.....	172
4.4.3	Ausprägungen der Regelwerke anhand der Wirtschaftsbereiche	180
5	Untersuchung organisationaler Aktivitäten in den sozialen Medien.....	185
5.1	Besonderheiten der Untersuchung: Betrachtung des Appropriationsprozesses....	185
5.1.1	Der Zusammenhang von Adoption und Appropriation	185
5.1.2	Entfaltung des Appropriationsprozesses	190
5.2	Grundlagen der Analyse organisationaler Facebook-Aktivitäten.....	192
5.2.1	Zielsetzung der Analyse und Auswahl des Untersuchungsgegenstands	192
5.2.2	Erhebung und Auswertung der Materialbasis und verwendete Software	198
5.2.3	Aufbau des Kategoriensystems und Erläuterung der Oberkategorien	201
5.3	Organisationale Nutzung sozialer Medien am Beispiel von Facebook.....	215
5.3.1	Analyse der Facebook-Profile	215
5.3.2	Wirtschaftsbereich ‚Automobil und Industriegüter‘	217

5.3.3	Wirtschaftsbereich ‚Logistik, Infrastruktur und Konsumgüter‘	227
5.3.4	Wirtschaftsbereich ‚Finanzen, Versicherungen und IT‘	238
5.3.5	Wirtschaftsbereich ‚Hochschulen, NPO und öffentliche Einrichtungen‘	248
5.4	Gegenüberstellung der Aktivitäten auf den Facebook-Präsenzen	257
5.4.1	Vergleich der Aktivität ‚Communitybuilding‘	260
5.4.2	Vergleich der Aktivität ‚Informieren und Schulen‘	262
5.4.3	Vergleich der Aktivität ‚Produkt oder Marke bewerben‘	264
6	Abgleich der angestrebten und tatsächlichen Nutzung: adaptive Regelwerke	267
6.1	Angestrebte Nutzung: Ausgestaltung der Regelwerktypologien.....	267
6.2	Tatsächliche Nutzung: analytische Darstellung der Appropriationsprozesse	272
6.2.1	Der Verlauf der Appropriation nach <i>Heidegger</i>	272
6.2.2	Darstellung der Appropriationsprozesse auf den Facebook-Präsenzen.....	277
6.2.3	Vignetten der Aktivitäten des Communitybuildings	283
6.2.4	Vignetten der kommerziellen Aktivitäten.....	286
6.2.5	Vignetten der informierenden und schulenden Aktivitäten	289
6.3	Adaptive Regelwerke: Berücksichtigung der tatsächlichen Nutzung	292
6.3.1	Situative Anpassung von Regelwerken	294
6.3.2	Gegenüberstellung der Regelwerk-Typen und Nutzungsformen.....	298
6.3.3	Regelwerk-Archetypen zur Identifikation der Ausrichtung.....	302
6.3.4	Adaptive Veränderungen der Regelwerke: Archetypen der Nutzung	307
7	Zusammenfassung und Ausblick	315
7.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	315
7.2	Kritische Reflexion der Arbeit	320
7.3	Ausblick und zukünftiger Forschungsbedarf	323
	Regelwerkverzeichnis	325
	Literaturverzeichnis	327