

Inhalt

1 Einleitung | 9

- 1.1 Social Media unternehmensintern – Facebook für die Firma? | 9
- 1.2 Web 2.0 und Social Media | 10
- 1.3 Enterprise 2.0 und Social Collaboration | 13
- 1.4 Transformation von Arbeit | 14
- 1.5 Digitalisierung als neuer Megatrend | 14
- 1.6 Erwerbsarbeit und Social Media aus Perspektive der Beschäftigten | 16
- 1.7 Über dieses Buch | 17

2 Technik als materielle Seite des Wandels der Erwerbsarbeit

- Theoretisch-konzeptionelle Vorbemerkungen | 21
- 2.1 Die gesellschaftliche Konstruktion von Technik | 22
- 2.2 Users matter: Handlungsspielräume und Eigensinn der Userinnen | 24
- 2.3 Materialität, Handlungsnormierungen, Setzungen und Eigensinn von Technik | 25
- 2.4 Die Arbeitswelt, in der Social Media eingeführt wird | 26

3 Zur Anlage der Studie, Vorgehen und Methoden | 31

- 3.1 Ziele und Fragestellungen | 31
- 3.2 Die Online-Befragung von Interessenvertretungen | 33
- 3.3 Die Betriebsfallstudien | 37

4 »Enterprise 2.0« und »Social Collaboration«

- Motive und Erwartungen aus Sicht der Unternehmensleitungen | 45

5 Zwischen »Wildwuchs« und geregelter Mitbestimmung

- Erfahrungen von Interessenvertretungen | 59
- 5.1 Verbreitung und Einsatzgebiete | 60

- 5.2 Einführungsprozess, Mitbestimmung und die Rolle der Interessenvertretungen | 63
- 5.3 Regelungen, Guidelines und Vereinbarungen | 69
- 5.4 Umkämpfte Themen | 72
- 5.5 Social Media in der Arbeit als Betriebs-/Personalrat | 83
- 5.6 Betriebliche Konstellationen | 84
- 5.7 Nicht-Nutzung | 89

6 Arbeiten mit Social Media

Erfahrungen von Beschäftigten | 91

- 6.1 Arbeitserleichterung oder Zusatzbelastung? | 91
- 6.2 Mehrwert oder Nutzlosigkeit? | 101
- 6.3 Freiwilligkeit und Offenheit oder Unklarheit? | 107
- 6.4 Transparenz und Selbstpräsentation oder Überwachung, Kontrolle und Datenschutzbedenken? | 119
- 6.5 Wissen teilen oder Wissen schützen? | 127
- 6.6 Wertschätzung oder Konflikte? | 131
- 6.7 Willkommene Abwechslung oder Veränderungsmüdigkeit? | 134
- 6.8 Flache Hierarchien und Netzwerkkultur oder Zweiklassengesellschaft? | 136
- 6.9 Was bleibt: Ambivalenzen | 140

7 Neue Anforderungen

»Arbeitskraftunternehmer 2.0«? | 143

- 7.1 Selbstmanagement, Selbstdisziplin und Selbstkontrolle | 145
- 7.2 Offenheit für Neues und Wandel | 151
- 7.3 Die Logik von Social Media verstehen | 152
- 7.4 Öffentliche Selbstdarstellung | 158
- 7.5 Social und public: »Arbeitskraftunternehmer« reloaded | 159
- 7.6 Vielfalt der Praktiken – Eigensinnige Userinnen | 163

8 Fazit und Ausblick | 171

- 8.1 Arbeiten mit Social Media | 171
- 8.2 Betriebliche Zusammenarbeit zwischen analog und 2.0 – Herausforderungen und Handlungsfelder für die Interessenvertretungen | 174
- 8.3 »Das ist erst der Anfang«:
Perspektiven der Digitalisierung von Erwerbsarbeit | 177

9 Literatur | 187

10 Glossar | 205

11 Anhang | 209

Anhang 1: Online-Fragebogen | 209

Anhang 2: Interviewleitfaden | 225

