

Sina Schindler

## Tanja Carstensen: Social Media in der Arbeitswelt: Herausforderung für Beschäftigte und Mitbestimmung 2018

<https://doi.org/10.17192/ep2018.1.7720>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schindler, Sina: Tanja Carstensen: Social Media in der Arbeitswelt: Herausforderung für Beschäftigte und Mitbestimmung. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 35 (2018), Nr. Sonderpublikation, S. 4–6. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2018.1.7720>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

### Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

## **Tanja Carstensen: Social Media in der Arbeitswelt: Herausforderung für Beschäftigte und Mitbestimmung**

Bielefeld: transcript 2016 (Forschung aus der Hans-Böckler-Stiftung, Bd.184), 229 S., ISBN 9783837634082, EUR 24,99

Im Zeitalter der Digitalisierung wird auch der Einsatz von sozialen Medien in Unternehmen oder am Arbeitsplatz allgemein immer bedeutender. Formulierungen, wie *Social Collaboration* nehmen eine zentrale Rolle ein. Genau diese innovative Art der Zusammenarbeit und die dadurch gewonnenen Möglichkeiten der Kommunikation, der Vernetzung und des Wissensmanagements sehen Arbeitgeber\_innen als Chance für den Arbeitsalltag.

Das Buch *Social Media in der Arbeitswelt – Herausforderungen für Beschäftigte und Mitbestimmung* von Tanja Carstensen nimmt allerdings die Seite der Arbeitnehmer\_innen in den Blick, wodurch die neuen Anforderungen und veränderten Arbeitsbedingungen in Verbindung mit der Nutzung von sozialen Medien dargestellt werden sollen.

Als Grundlage hierfür dienen ein Forschungsprojekt auf der Basis einer quantitativen Online-Befragung sowie einige Interviews mit Angestellten verschiedener Positionen in exemplarischen Unternehmen zum Thema „Arbeit 2.0. Neue Anforderungen an Beschäftigte und ihre Interessensvertretungen im Umgang mit *Social Media*“ (S.31). Anhand dieser Studie der Hans-Böckler-Stiftung soll die Position der Beschäftigten im digitalisierten Arbeitsalltag besser beleuchtet werden. Außerdem soll die Frage geklärt

werden, wie sich die von den Arbeitgeber\_innen erhofften Chancen und Möglichkeiten durch die Nutzung der neuen Medien in der Realität gestalten und umsetzen lassen.

Nach der allgemeinen Einleitung, in der die Studie zunächst vorgestellt wird und die wichtigsten Grundbegriffe eingeführt werden, wird die Studie in ihrem Vorgehen und ihrer Methodik erklärt, sodass in einem weiteren Schritt die Forschungsergebnisse dargestellt und diskutiert werden können. Hierbei erwähnt die Autorin vor allem kritische Punkte bei der Einführung von sozialen Netzwerken in Unternehmen, verschiedene betriebliche Konstellationen, sowie mögliche Spannungsfelder im Umgang mit sozialen Medien und Zukunftstrends. An diesen Stellen zeigt das Buch stets Ambitionen zu vermitteln; die Autorin will Konfliktthemen ansprechen und Lösungen oder Kompromisse finden. Außerdem werden Strategien besprochen, wie mit sozialen Medien am Arbeitsplatz umgegangen werden sollte. Ein Ausblick mit möglichen Entwicklungen und der Einordnung der Studienergebnisse vollenden die Auswertung des Forschungsprojektes.

Die dargestellten Sachverhalte sind meist nachvollziehbar und können in manchen Punkten sogar durchaus bereits bekannt sein. Dazu trägt deutlich die leichte und gut verständliche

Sprache bei, da selten Fachbegriffe verwendet werden, solche aber immer entweder mit Hilfe des Glossars oder mit der Einführung der grundlegenden Begriffe erklärt werden. Trotz seiner Aktualität deutet Carstensen immer wieder an, dass sie ihr Buch selbst nur als eine Momentaufnahme sieht und eine weitere Forschung ständig nötig sei, da eine permanente Entwicklung vor allem in diesem Themengebiet der Medien und Medientechnologien vonstattengeht (vgl. S.186). Diese selbstkritische und selbstreflektierte Machart spiegelt sich ebenfalls in der Auswertung der Studie wider, da auch hier Probleme immer wieder beleuchtet werden und kritische Aspekte hinterfragt werden.

Die Darstellungen der Untersuchungsergebnisse erfolgen stets nach gleichem Muster, sodass sich diese Machart als sichtbarer roter Faden durch das Buch zieht: Zunächst werden die einzelnen Ergebnisse, Einteilungen oder Aspekte nur aufgezählt, worauf eine genauere Erläuterung und Erklärung der einzelnen Punkte folgt. Unterstützt und veranschaulicht werden diese Sachverhalte durch Abbildungen oder Statistiken in verschiedenen Formen, aber vor allem durch Zitate und Kommentare aus den Interviews und Fragebögen. Diese Zitate erzeugen Authentizität und geben einen guten Einblick in das Geschehen in den Unternehmen, da Mitarbeiter\_innen und Arbeitnehmer\_innen aus unterschiedlichen Positionen zu Wort kommen (z.B. Personalverantwortliche, Social-Media-Zuständige, Sekretäre und Sekretärinnen, Mitarbeiter\_innen

aus der Produktion). Problematisch ist allerdings, dass diese Zitate oftmals nicht überzeugend sind und eher amateurhaft wirken, da Rechtschreibfehler und plumpe Äußerungen auftreten. Auffällig ist, dass Worte wie „halt“ dominieren und somit eine Ambivalenz zwischen Authentizität und Sympathie und dem Zweifel an der Position des Mitarbeiters oder der Mitarbeiterin entsteht („Eintragung in facebook gab anlass zur kündigung.“ (S.82), „Es gibt aber sehr wohl Metriken, wo halt so Besuche in Communities ausgewertet werden, aber die haben wir halt nur zugelassen auf einer anonymisierten Grundlage.“ (S.73)). Ohne Zweifel bleibt allerdings, dass durch solche Kommentare, Zitate und die Methode der Studie allgemein ein großes Spektrum von Meinungen und Erfahrungen dargestellt und angeschnitten werden. Vor allem auf interessante und überraschende Ergebnisse oder Äußerungen wird dabei ein Augenmerk gelegt. Die häufigen Wiederholungen und Mehrfachnennungen der Ergebnisse und Schlussfolgerungen an verschiedenen Stellen werden jedoch als ein wenig störend empfunden. Auch die abschließende Zusammenfassung im letzten Kapitel des Buches greift demnach nur noch ein weiteres Mal auf, was bereits auf mehreren Wegen und an unterschiedlichen Stellen verdeutlicht wurde.

Die exemplarischen Firmen, in denen die Interviews durchgeführt wurden, werden aus Datenschutzgründen im gesamten Text nicht namentlich erwähnt. Als besonders positiv wird jedoch in den letzten Kapiteln die konkrete Nennung einzelner Fir-

men empfunden, wodurch Transparenz und Authentizität erzeugt werden und somit vorgewiesen werden kann, dass bestimmte Aussagen tatsächlich auf manche bekannte Firmen zutreffen und daher einen gewissen Wahrheitsanspruch mit sich bringen (z.B. BMW, Telekom und Puma).

Durch den originalen Online-Fragebogen und die Interview-Leitfäden im Anhang wird dem Leser und der Leserin schließlich die dem Buch zugrundeliegende Studie noch nähergebracht, sodass mit den vorher gelesenen Antworten nun auch die Fragen verbunden werden können. Die Fragen sind sowohl offen als auch geschlossen,

wodurch ein breiter Einblick in die Unternehmen und Arbeitsbedingungen im Umgang mit sozialen Medien gewonnen werden kann.

Durch die wichtige Rolle von sozialen Medien in der heutigen Gesellschaft ist es schon fast nötig, diese auch in Unternehmen einzuführen, um jung und interessant zu bleiben. Dass sich dies in der Realität als schwierig gestaltet, wurde im vorliegenden Buch gut herausgearbeitet, wofür sich als Resümee hierzu der Vergleich von sozialen Medien im Alltag und am Arbeitsplatz anführen lässt.

*Sina Schindler*