

Alexander Stocker / Klaus Tochtermann

# **Wissenstransfer mit Wikis und Weblogs**

Fallstudien zum erfolgreichen Einsatz  
von Web 2.0 in Unternehmen

2. Auflage



RESEARCH

Alexander Stocker / Klaus Tochtermann

## **Wissenstransfer mit Wikis und Weblogs**

# GABLER RESEARCH

Alexander Stocker / Klaus Tochtermann

# **Wissenstransfer mit Wikis und Weblogs**

Fallstudien zum erfolgreichen Einsatz  
von Web 2.0 in Unternehmen

2. Auflage



**GABLER**

**RESEARCH**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2010
2. Auflage 2012

Alle Rechte vorbehalten  
© Gabler Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2012

Lektorat: Marta Grabowski

Gabler Verlag ist eine Marke von Springer Fachmedien.  
Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.  
[www.gabler.de](http://www.gabler.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg  
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier  
Printed in Germany

ISBN 978-3-8349-3361-4

## **Vorwort**

Aufgrund der neuen Nutzungsmöglichkeiten im World Wide Web, bzw. dem Web 2.0, haben sich Menschen von ehemals passiven Informationskonsumenten zu sehr aktiven Informationsproduzenten verwandelt. Neue Anwendungen und Technologien gelten dabei als Auslöser dieser Evolution. Die Möglichkeit, selbst Informationen zu generieren und anderen am Web verfügbar zu machen, übt eine unglaubliche Faszination aus. Die Zuwachsraten von Online-Informationsangeboten, etwa in Weblogs und Wikis, unterstreichen dies. Auch Unternehmen erkennen langsam das Potential, welches in den neuen Möglichkeiten des Web steckt.

Wo im Web „user generated content“ eine Vorreiterrolle einnimmt, gewinnt in Unternehmen analog dazu „employee generated content“ langsam an Bedeutung. Längst ist klar geworden, dass das Web 2.0 dazu beitragen wird, auch die Art und Weise, wie Wissensarbeit in Unternehmen passiert, nachhaltig zu revolutionieren. In diesem Kontext haben sich in der Wissenschaft und in der Unternehmenspraxis Begriffe wie „Corporate Web 2.0“ oder „Enterprise 2.0“ etabliert. Dieses Buch leistet einen wesentlichen Beitrag, um diese Begriffe einzuführen und die damit verbundenen Möglichkeiten aufzuzeigen. Es wendet sich sowohl an Forschende, die sich mit dem Thema Web 2.0 aus wissenschaftlicher Sicht befassen, als auch an Praktiker, die vor der Frage stehen, wie sie die Instrumente des Web 2.0 in ihr Unternehmen einführen.

Die Entstehung dieses Buchs lässt sich aus der Tatsache ableiten, dass Unternehmen aktuelle Trends wie „Web 2.0“ und „Enterprise 2.0“ zwar erkennen und für ihr Wissensmanagement nutzen wollen, im Gegensatz dazu aber wenig wissenschaftlich fundierte Literatur vorliegt, welche den Entscheidern eine Hilfestellung bietet. Dieser Umstand zwingt Unternehmen zu Experimenten, welche sehr oft nicht die gewünschte Wirkung erzielen und die Kosten für Informationstechnologie in die Höhe treiben.

Die in diesem Buch präsentierte Mehrfachfallstudie bietet detaillierte Einblicke in zehn reale Einzelfälle deutschsprachiger Unternehmen zum Einsatz von Wikis und Weblogs. Diese Forschungsarbeit liefert Erkenntnisse über die Unterstützung des intraorganisationalen Wissenstransfers. Neben dem für eine Forschungsarbeit

wesentlichen Beitrag zur Theorie soll vor allem auch der spezielle Informationsbedarf von Entscheidern möglichst praxisnah befriedigt werden. Einzelne Abschnitte dieses Buches sollen von Entscheidern als handlungsleitende Prinzipien für „Corporate Web 2.0“ und „Enterprise 2.0“ erkannt werden und ihnen dazu verhelfen, Projekte im Umfeld von Web 2.0 effektiver und effizienter durchzuführen. Gerade die im Rahmen des Buchs präsentierten Abbildungen, Tabellen, Matrizen, Steckbriefe und Fragebögen mögen Praktikern dazu wertvolle Anregungen vermitteln.

Als Mehrfachfallstudie fokussiert sich dieses Buch zwar auf zwei spezielle Anwendungen des Web 2.0, Wiki und Weblog. Weil sich viele Erkenntnisse aus der Untersuchung von Wikis und Weblogs auch auf andere Web-2.0-Anwendungen wie Soziale Netzwerkdienste und Microblogging übertragen lassen, liefert dieses Buch einen Beitrag zu einem besseren Verständnis von Web 2.0 im Kontext von Unternehmen.

Mit der systematischen Untersuchung des intraorganisationalen Wissenstransfers über Wikis und Weblogs erweitert dieses Buch den State-of-the-Art zur Wissensmanagement-Forschung. Aus Sicht der Wirtschaftsinformatik beinhaltet dieses Buch die systematische Untersuchung von Nutzen und Erfolg moderner computergestützter Informationssysteme, welche auf den Prinzipien von Web 2.0 basieren.

Dieses Buch ist begleitend zu den Tätigkeiten der beiden Autoren Dr. Alexander Stocker und Prof. Dr. Klaus Tochtermann am Know-Center, Österreichs Kompetenzzentrum für Wissensmanagement, und am Institut Digital bei Joanneum Research entstanden. Es ist eine Weiterentwicklung der Dissertation von Dr. Alexander Stocker, welche von Prof. Dr. Klaus Tochtermann und von Prof. Dr. Wolf Rauch betreut wurde.

Die Autoren wünschen ihren Lesern der 2. Auflage viel Spaß mit dem Buch, Mut in der Anwendung und Erfolg für zukünftige Projekte im Umfeld von Web 2.0.

Alexander Stocker und Klaus Tochtermann

Graz/Kiel im Oktober 2011

## **Management Summary**

Das Kernelement von Web 2.0 ist die zunehmende Bedeutung der durch Nutzer freiwillig und selbstorganisiert geteilten Inhalte. Die Transformation der Nutzer von Informationskonsumenten zu Informationsproduzenten hat zur Herausbildung einer Vielzahl sozialer Web-Plattformen wie Wikipedia, Youtube, Facebook oder Twitter beigetragen, welche ihre Geschäftslogik auf nutzergenerierte Inhalte aufbauen.

Angespornt durch den Erfolg dieser Web-2.0-Anwendungen im Hinblick auf Stimulation und Dynamik der Informationsteilung wollen auch Unternehmen Web 2.0 für sich nutzbar machen. In ihrer Idealvorstellung von „Corporate Web 2.0“ bzw. „Enterprise 2.0“ schwebt ihnen vor, Strukturen und Muster des Web 2.0 „einfach“ in die Unternehmenslandschaft zu integrieren. Doch Entscheider müssen das entstehende Spannungsfeld zwischen Selbst- und Fremdorganisation, also Freiwilligkeit contra Hierarchie, erst beherrschbar machen, um die Potentiale von Web 2.0 im Unternehmen vollständig auszuschöpfen.

Vor diesem Hintergrund untersucht das Buch im Rahmen elf umfangreicher Fallstudien aus der Praxis den intraorganisationalen Wissenstransfer über zwei konzeptionell verwandte Anwendungen des Web 2.0, Wiki und Weblog. Auf Basis zahlreicher Interviews mit den in den Unternehmen verantwortlichen Experten sowie über Befragungen von Wissensarbeitern wurden umfangreiche und zum Teil äußerst überraschende Erkenntnisse gewonnen.

Wesentliche Gründe für die Nutzung von Wiki und Weblog sind das Suchen und Finden relevanter Informationen und dezidiert die Erleichterung der eigenen Arbeit. Aus einer sozialen Perspektive soll die eigene Nutzung auch Kollegen zur Nutzung anregen. Mitarbeiter sind zudem davon überzeugt, dass ihre Beiträge für Kollegen wertvoll sind. Überraschenderweise stellen inhaltliche Aspekte im Zusammenhang mit der Nutzung von Wiki und Weblog wesentlich größere Hindernisse dar, als Privacy. Obwohl Wiki und Weblog von Unternehmen hinsichtlich Anforderung und Wirkung gerne in einen Topf geworfen werden, erzeugen sie zum Teil völlig unterschiedlichen Nutzen für Individuum und Organisation. Weblogs leisten durch ihren

Aktualitätsbezug einen wesentlichen Beitrag zur internen Kommunikation und beschleunigen den Informationsfluss. Wikis eignen sich mehr dazu, vorhandenes Unternehmenswissen zu sammeln und ermöglichen einen einfachen Zugriff auf dieses durch die integrierte Volltextsuche. Beide Anwendungen erleichtern betriebliche Tätigkeiten und führen dazu, dass Mitarbeiter ihre Leistungen schneller erbringen. Auch die Erfolgsfaktoren von Wikis unterscheiden sich zum Teil erheblich von den Erfolgsfaktoren von Weblogs, vor allem was die Organisation der Inhalte betrifft. Engagement des Managements, rasche Akquise erster überzeugter Nutzer, persönliche Ansprache von Autoren, Erstbestückung von Inhalten (vor allem bei Wikis), Ehrlichkeit und Tiefe von Beiträgen (vor allem bei Weblogs), zahlreiche Akzeptanzmaßnahmen und ein frustrationsresistentes Kernteam sind speziell zu berücksichtigen.

Die Nutzung von Web 2.0 im Unternehmen besitzt ein großes Potenzial, welches in den meisten Fällen noch nicht ausgeschöpft wird. Verantwortliche argumentieren noch zu sehr auf dem originären Nutzen von Web-2.0-Technologien. Der tatsächliche Nutzensgewinn für das Unternehmen ist in vielen Fällen noch nicht optimal. Mit der Nutzung von Wiki und Weblog ist die Abkehr von gewohnten Nutzungspraktiken bei Mitarbeitern erforderlich. Allein das pure Verlassen auf die soziale Komponente von Wiki und Weblog, also die Zugkraft von Web 2.0, führt nicht zum gewünschten Erfolg. Der langfristige Erfolg von Wiki und Weblog bleibt ebenfalls aus, wenn Wissenstransfer rein auf Freiwilligkeit, Altruismus, Early-Adoptern und Evangelisten aufbaut. Zusammenfassend ist besonders wichtig, dass Wikis und Weblogs in einem klar definierten Business-Case eingebettet sein müssen, um ihre Nützlichkeit im Unternehmen zu entfalten. Ein solcher Business-Case enthält mindestens eine exakte Beschreibung des Ziels, der beteiligten Stakeholder, der adressierten Stakeholder und dem erwarteten Nutzen und muss im Unternehmen klar kommuniziert werden.

Es sei an dieser Stelle besonders darauf hingewiesen, dass die beiden Autoren aus Gründen der besseren Lesbarkeit dieses Buches auf eine geschlechterspezifische Differenzierung verzichten und durchgängig die männliche Form verwenden. Unabhängig von der gewählten Formulierung sind stets beide Geschlechter gleichermaßen eingeschlossen.

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Management Summary .....	VII
Inhaltsverzeichnis .....	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis.....	XVII
1 Einführung.....	1
1.1 Motivation und Problemstellung.....	1
1.2 Einordnung in die Forschungslandschaft.....	8
1.3 Aufbau und Zielsetzung .....	9
2 Forschungsrahmen und Studiendesign.....	11
2.1 Anwendungsorientierte Forschung .....	11
2.2 Forschungsziel und Forschungsstrategie .....	12
2.3 Forschungsdesign und Forschungsfragen.....	19
2.4 Studiendesign .....	22
3 Literaturstudie.....	29
3.1 Studiendesign und Zielsetzung .....	29
3.2 Wissen, Wissensmanagement und Wissenstransfer .....	30
3.2.1 Wissen und Wissensmanagement.....	30
3.2.2 Wissenstransfer als Anwendungsbereich .....	35
3.2.3 Ursachen und Barrieren für Wissenstransfer .....	39
3.3 Web 2.0.....	46
3.3.1 Technologische Perspektive im Web 2.0 .....	46
3.3.2 Soziale Perspektive im Web 2.0.....	61
3.3.3 Betriebswirtschaftliche Perspektive im Web 2.0 .....	76
3.4 Computergestützte Informationssysteme .....	89
3.4.1 Technologieakzeptanz.....	90
3.4.2 Erfolg von Informationssystemen.....	91
4 Pilotfallstudie (Vorstudie).....	95

---

4.1	Studiendesign und Zielsetzung .....	95
4.2	Studienergebnisse der Pilotfallstudie .....	96
4.2.1	Artefaktuntersuchung .....	96
4.2.2	Ausdehnung des Forschungsbereiches .....	99
4.2.3	Durchführung eines Experiments.....	101
4.2.4	Durchführung einer Mitarbeiterbefragung.....	102
4.3	Zusammenfassung und Beschränkung der Forschungsergebnisse .....	113
5	Mehrfachfallstudie (Hauptstudie).....	115
5.1	Studiendesign und Zielsetzung .....	115
5.2	Fallstudie Alpha (Unternehmenswiki) .....	121
5.2.1	Management Summary .....	121
5.2.2	Ausgangssituation .....	122
5.2.3	Einführung der Lösung .....	124
5.2.4	Ergebnisse .....	128
5.3	Fallstudie Beta (Supportwiki) .....	133
5.3.1	Management Summary .....	133
5.3.2	Ausgangssituation .....	134
5.3.3	Einführung der Lösung .....	135
5.3.4	Ergebnisse .....	137
5.4	Fallstudie Gamma (Unternehmenswiki).....	141
5.4.1	Management Summary .....	141
5.4.2	Ausgangssituation .....	142
5.4.3	Einführung der Lösung .....	143
5.4.4	Ergebnisse .....	145
5.5	Fallstudie Delta (Projektwiki).....	150
5.5.1	Management Summary .....	150
5.5.2	Ausgangssituation .....	150
5.5.3	Einführung der Lösung .....	151
5.5.4	Ergebnisse .....	152
5.6	Fallstudie Epsilon (Kommunikationsweblogs).....	156

---

5.6.1 Management Summary .....	156
5.6.2 Ausgangssituation .....	157
5.6.3 Einführung der Lösung .....	159
5.6.4 Ergebnisse .....	161
5.7 Fallstudie Zeta (Mitarbeiterweblogs).....	166
5.7.1 Management Summary .....	166
5.7.2 Ausgangssituation .....	167
5.7.3 Einführung der Lösung .....	167
5.7.4 Ergebnisse .....	169
5.8 Fallstudie Eta (Unternehmenswiki) .....	172
5.8.1 Management Summary .....	172
5.8.2 Ausgangssituation .....	173
5.8.3 Einführung der Lösung .....	174
5.8.4 Ergebnisse .....	176
5.9 Fallstudie Theta (Themenweblogs).....	180
5.9.1 Management Summary .....	180
5.9.2 Ausgangssituation .....	181
5.9.3 Einführung der Lösung .....	182
5.9.4 Ergebnisse .....	184
5.10 Fallstudie Iota (Unternehmenswiki-blog).....	187
5.10.1 Management Summary.....	187
5.10.2 Ausgangssituation .....	188
5.10.3 Einführung der Lösung.....	188
5.10.4 Ergebnisse.....	190
5.11 Fallstudie Kappa (Unternehmenswiki) .....	194
5.11.1 Management Summary.....	194
5.11.2 Ausgangssituation .....	195
5.11.3 Einführung der Lösung.....	196
5.11.4 Ergebnisse.....	197

---

6	Ergebnisse der Mehrfachfallstudie .....	201
6.1	Alleinstellungsmerkmal und Systematik .....	201
6.2	Beantwortung der forschungsleitenden Fragen .....	203
6.2.1	Forschungsleitende Frage zu Nutzungsmuster .....	203
6.2.2	Forschungsleitende Frage zu Motivation .....	206
6.2.3	Forschungsleitende Frage zu Nutzen und Mehrwert .....	209
6.2.4	Forschungsleitende Frage zu Erfolgsfaktoren .....	214
6.3	Schematisierung der Fallstudien .....	218
6.4	Erkenntnisse aus der Mehrfachfallstudie .....	224
6.5	Spannungsbogen und Beitrag .....	234
6.5.1	Spannungsboden dieses Buchs .....	234
6.5.2	Beitrag dieses Buchs zur Theorie .....	236
6.5.3	Beitrag dieses Buchs zur Praxis .....	237
6.5.4	Ausblick auf weitere Forschungsarbeiten .....	238
7	Literaturverzeichnis .....	241
8	Anhang .....	251
8.1	Interviewleitfäden .....	251
8.1.1	Fragebogen zum Einsatz von Weblogs .....	251
8.1.2	Fragebogen zum Einsatz von Wikis .....	254
8.1.3	Mitarbeiterbefragung zu Wikis .....	257
8.1.4	Mitarbeiterbefragung zu Weblogs .....	263
8.2	Ergebnisse der Mitarbeiterbefragungen .....	264
8.2.1	Mitarbeiterbefragung Fallstudie Beta (Supportwiki) .....	264
8.2.2	Mitarbeiterbefragung Fallstudie Gamma (Unternehmenswiki) .....	274
8.2.3	Mitarbeiterbefragung Fallstudie Zeta (Mitarbeiterweblogs) .....	283
8.2.4	Mitarbeiterbefragung Fallstudie Eta (Unternehmenswiki) .....	299

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Problemstellung: Web 2.0, Corporate Web 2.0 und Wissenstransfer.....	7
Abbildung 2: Methodenprofil der Wirtschaftsinformatik [Wilde und Hess, 2007] .....	14
Abbildung 3: Design von Mehrfachfallstudien, nach [Yin, 2003].....	18
Abbildung 4: Forschungsdesign .....	20
Abbildung 5: Idealtypisches Studiendesign.....	23
Abbildung 6: Adaptiertes Studiendesign.....	27
Abbildung 7: Studiendesign: Literaturstudie .....	29
Abbildung 8: Wissensmanagement-Bausteinmodell [Probst u.a., 1997].....	33
Abbildung 9: Technik-Organisation-Mensch (TOM) [Bullinger u.a., 1997].....	34
Abbildung 10: Wissensmanagement-Spiralmodell [Nonaka und Takeuchi, 1995].....	35
Abbildung 11: Knowledge transfer, sharing and diffusion [Us Saaed u.a., 2008].....	37
Abbildung 12: Ein Modell für Wissenstransfer [Puntschart, 2006], [Vgl. Peinl, 2006].....	38
Abbildung 13: Ein Modell für Wissensaustausch [Puntschart, 2006], angelehnt an [Peinl, 2006].....	39
Abbildung 14: Weblog zu Web 2.0 und Unternehmen .....	48
Abbildung 15: Semantisches Wiki zum Buch „Social Semantic Web“ .....	50
Abbildung 16: Fragestellungen im Corporate Web 2.0 [Stocker u.a., 2008D] .....	81
Abbildung 17: Web, Web 2.0 und Corporate Web 2.0 [Stocker u.a., 2008D] .....	82
Abbildung 18: Einteilung von Corporate Weblogs [Zerfass, 2005].....	84
Abbildung 19: Technologie-Akzeptanz-Modell [Davis, 1989].....	90
Abbildung 20: Erfolg von Informationssystemen I [DeLone und McLean, 1992].....	92
Abbildung 21: Erfolg von Informationssystemen II [DeLone und McLean, 2003] .....	93
Abbildung 22: Studiendesign: Pilotfallstudie .....	95
Abbildung 23: Offline- und Online-Spuren.....	100
Abbildung 24: Pilotstudie: Lese-Motivation (n=20).....	103
Abbildung 25: Pilotstudie: Weblog-Lese-Tools (n=20).....	104
Abbildung 26: Pilotstudie: Weblog-Leseverhalten (n=20) .....	105
Abbildung 27: Pilotstudie: Kommentarneigung (n=20) .....	106
Abbildung 28: Pilotstudie: Verbesserungspotential (n=20) .....	107
Abbildung 29: Pilotstudie: Wissenstransfer über Weblog (n=20).....	108
Abbildung 30: Pilotstudie: Nichtleserverhalten (n=20).....	109
Abbildung 31: Pilotstudie: Nichtleser-Motivation (n=20).....	110
Abbildung 32: Pilotstudie: Bevorzugte Wissenstransferinstrumente (n=20).....	111
Abbildung 33: Pilotstudie: Weblogs als Wissenstransfer-Instrumente (n=20).....	112
Abbildung 34: Studiendesign: Mehrfachfallstudie .....	115
Abbildung 35: Struktureller Aufbau einer Einzelfallstudie.....	120
Abbildung 36: Studiendesign: Ergebnisse der Mehrfachfallstudie.....	203

Abbildung 37: Mehrwert durch Corporate Web 2.0 .....	225
Abbildung 38: Fallstudie Beta: Wiki-Schreib-Leseverhalten (n=59) .....	265
Abbildung 39: Fallstudie Beta: Beiträge zum Wiki (n=59) .....	265
Abbildung 40: Fallstudie Beta: Aufgabenrelevanz von Informationen (n=59).....	266
Abbildung 41: Fallstudie Beta: Das Web als Medium (n=59) .....	267
Abbildung 42: Fallstudie Beta: Aussagen zu betrieblichen Aufgaben (n=59).....	268
Abbildung 43: Fallstudie Beta: Identifikation der Mitarbeiter (n=59).....	268
Abbildung 44: Fallstudie Beta: Wahrnehmung des Wiki (n=59) .....	269
Abbildung 45: Fallstudie Beta: Motivation, Wikis aus operativer Sicht zu nutzen (n=59) .....	269
Abbildung 46: Fallstudie Beta: Motivation, Wikis aus sozialer Sicht zu nutzen (n=59) .....	270
Abbildung 47: Fallstudie Beta: Nutzen von Wikis für das Individuum (n=59).....	271
Abbildung 48: Fallstudie Beta: Nutzen von Wikis für Team/Organisation (n=59).....	271
Abbildung 49: Fallstudie Beta: Eigenschaften der befragten Mitarbeiter (n=59).....	272
Abbildung 50: Fallstudie Beta: Hemmschwellen und Hindernisse für die Wiki-Nutzung (n=59) .....	272
Abbildung 51: Fallstudie Beta: Alter der befragten Mitarbeiter (n=59) .....	273
Abbildung 52: Fallstudie Beta: Geschlecht der befragten Mitarbeiter (n=59).....	273
Abbildung 53: Fallstudie Beta: Stellenbezeichnung der befragten Mitarbeiter (n=59) .....	273
Abbildung 54: Fallstudie Gamma: Wiki-Schreib-Leseverhalten (n=18) .....	274
Abbildung 55: Fallstudie Gamma: Beiträge zum Wiki (n=18) .....	275
Abbildung 56: Fallstudie Gamma: Aufgabenrelevanz von Informationen (n=18) .....	276
Abbildung 57: Fallstudie Gamma: Das Web als Medium (n=18).....	276
Abbildung 58: Fallstudie Gamma: Aussagen zu betrieblichen Aufgaben (n=18).....	277
Abbildung 59: Fallstudie Gamma: Identifikation der Mitarbeiter (n=18) .....	277
Abbildung 60: Fallstudie Gamma: Wahrnehmung des Wiki (n=18).....	278
Abbildung 61: Fallstudie Gamma: Motivation, Wikis aus operativer Sicht zu nutzen (n=18) .....	278
Abbildung 62: Fallstudie Gamma: Motivation, Wikis aus sozialer Sicht zu nutzen (n=18).....	279
Abbildung 63: Fallstudie Gamma: Nutzen von Wikis für das Individuum (n=18).....	279
Abbildung 64: Fallstudie Gamma: Nutzen von Wikis für Team/Organisation (n=18) .....	280
Abbildung 65: Fallstudie Gamma: Eigenschaften der befragten Mitarbeiter (n=18) .....	281
Abbildung 66: Fallstudie Gamma: Hemmschwellen und Hindernisse für die Wiki-Nutzung (n=18) .....	281
Abbildung 67: Fallstudie Gamma: Alter der befragten Mitarbeiter (n=18) .....	282
Abbildung 68: Fallstudie Gamma: Geschlecht der befragten Mitarbeiter (n=18) .....	282
Abbildung 69: Fallstudie Gamma: Stellenbezeichnung der befragten Mitarbeiter (n=18).....	283
Abbildung 70: Fallstudie Zeta: Weblog-Schreib-Leseverhalten (n=21) .....	284
Abbildung 71: Fallstudie Zeta: Beiträge zu eigenen und fremden Weblogs (n=21).....	285
Abbildung 72: Fallstudie Zeta: Aufgabenrelevanz von Informationen (n=21).....	286
Abbildung 73: Fallstudie Zeta: Das Web als Medium (n=21) .....	287
Abbildung 74: Fallstudie Zeta: Aussagen zu betrieblichen Aufgaben (n=21) .....	288
Abbildung 75: Fallstudie Zeta: Identifikation der Mitarbeiter (n=21).....	288
Abbildung 76: Fallstudie Zeta: Wahrnehmung von Weblogs (n=21) .....	289
Abbildung 77: Fallstudie Zeta: Motivation, Weblogs aus operativer Sicht zu nutzen (n=21) .....	290

---

Abbildung 78: Fallstudie Zeta: Motivation, Weblogs aus sozialer Sicht zu nutzen (n=21).....	291
Abbildung 79: Fallstudie Zeta: Nutzen von Weblogs für das Individuum (n=21).....	292
Abbildung 80: Fallstudie Zeta: Nutzen von Weblogs für Team/Organisation (n=21).....	292
Abbildung 81: Fallstudie Zeta: Eigenschaften der befragten Mitarbeiter (n=21).....	293
Abbildung 82: Fallstudie Zeta: Hemmschwellen und Hindernisse für Weblogs (n=21).....	294
Abbildung 83: Fallstudie Zeta: Alter der befragten Mitarbeiter (n=21).....	295
Abbildung 84: Fallstudie Zeta: Geschlecht der befragten Mitarbeiter.....	295
Abbildung 85: Fallstudie Zeta: Stellenbezeichnung der befragten Mitarbeiter (n=21).....	295
Abbildung 86: Fallstudie Zeta: Quantität von Aktionen (n=21).....	296
Abbildung 87: Fallstudie Zeta: Operative Motivation (n=21).....	297
Abbildung 88: Fallstudie Zeta: Soziale Motivation (n=21).....	297
Abbildung 89: Fallstudie Zeta: Erfolg von Weblogs (n=21).....	298
Abbildung 90: Fallstudie Zeta: Hindernisse der Weblog-Nutzung (n=21).....	299
Abbildung 91: Fallstudie Eta: Wiki-Schreib-Leseverhalten (n=48).....	300
Abbildung 92: Fallstudie Eta: Beiträge zum Wiki (n=48).....	300
Abbildung 93: Fallstudie Eta: Aufgabenrelevanz von Informationen (n=48).....	301
Abbildung 94: Fallstudie Eta: Das Web als Medium (n=48).....	302
Abbildung 95: Fallstudie Eta: Aussagen zu betrieblichen Aufgaben (n=48).....	303
Abbildung 96: Fallstudie Eta: Identifikation der Mitarbeiter (n=48).....	303
Abbildung 97: Fallstudie Eta: Wahrnehmung des Wiki (n=48).....	304
Abbildung 98: Fallstudie Eta: Motivation, Wikis aus operativer Sicht zu nutzen (n=48).....	305
Abbildung 99: Fallstudie Eta: Motivation, Wikis aus sozialer Sicht zu nutzen (n=48).....	305
Abbildung 100: Fallstudie Eta: Nutzen von Wikis für das Individuum (n=48).....	306
Abbildung 101: Fallstudie Eta: Nutzen von Wikis für Team/ Organisation (n=48).....	306
Abbildung 102: Fallstudie Eta: Eigenschaften der befragten Mitarbeiter (n=48).....	307
Abbildung 103: Fallstudie Eta: Hemmschwellen und Hindernisse für die Wiki-Nutzung (n=48).....	307
Abbildung 104: Fallstudie Eta: Alter der befragten Mitarbeiter (n=48).....	308
Abbildung 105: Fallstudie Eta: Geschlecht der befragten Mitarbeiter (n=48).....	308
Abbildung 106: Fallstudie Eta: Stellenbezeichnung der befragten Mitarbeiter (n=48).....	309

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Quantitative Analyse des Geschäftsführer-Weblog.....	98
Tabelle 2: Teilnehmer an der Mehrfachfallstudie.....	116
Tabelle 3: Vorgehensweise bei der Fallstudienanalyse.....	117
Tabelle 4: Mehrfachfallstudie: Leseverhalten.....	204
Tabelle 5: Mehrfachfallstudie: Schreibverhalten.....	205
Tabelle 6: Mehrfachfallstudie: Nutzungsmotivation auf operationaler Ebene.....	206
Tabelle 7: Mehrfachfallstudie: Nutzungsmotivation auf sozialer Ebene.....	207
Tabelle 8: Mehrfachfallstudie: Empfundene Nutzungshindernisse.....	208
Tabelle 9: Mehrfachfallstudie: Nutzen.....	210
Tabelle 10: Mehrfachfallstudie: Nutzenmatrix.....	211
Tabelle 11: Mehrfachfallstudie: Nutzen auf individueller Ebene.....	212
Tabelle 12: Mehrfachfallstudie Nutzen auf Gruppen- bzw. Organisationsebene.....	213
Tabelle 13: Mehrfachfallstudie: Erfolgsfaktorenmatrix.....	217
Tabelle 14: Steckbrief der Fallstudie Alpha.....	218
Tabelle 15: Steckbrief der Fallstudie Beta.....	219
Tabelle 16: Steckbrief der Fallstudie Gamma.....	219
Tabelle 17: Steckbrief der Fallstudie Delta.....	220
Tabelle 18: Steckbrief der Fallstudie Epsilon.....	220
Tabelle 19: Steckbrief der Fallstudie Zeta.....	221
Tabelle 20: Steckbrief der Fallstudie Eta.....	221
Tabelle 21: Steckbrief der Fallstudie Theta.....	222
Tabelle 22: Steckbrief der Fallstudie Iota.....	222
Tabelle 23: Steckbrief der Fallstudie Kappa.....	223
Tabelle 24: Mehrfachfallstudie: Erkenntnisse zu Wiki und Weblog.....	232
Tabelle 25: Mehrfachfallstudie: Web 2.0 im Unternehmen nutzen.....	233

# 1 Einführung

## 1.1 Motivation und Problemstellung

Die von Globalisierung, steigender Dynamik des Wirtschaftens und verkürzten Innovationszyklen bei angestrebter Maß- statt Massenfertigung geprägte Zeit lässt den Ruf nach einem nachhaltigen Management des organisationalen Wissens wieder laut werden. Wissen zu dokumentieren, auf aktuellem Stand zu halten und einfach abrufbar zu verwalten gilt wieder als oberste Prämisse für Innovation und Fortschritt in wissensorientierten Unternehmen und wissensintensiven Branchen [Vgl. Weber, 2007].

Wie sich bei der Analyse besonders innovativer Unternehmen in den letzten beiden Jahren herausgestellt hat, versuchen diese für sich einen Trend im Zusammenhang mit dem Web nutzbar zu machen. Um diesen Trend in Worte zu gießen, hat der Verleger Tim O'Reilly bereits 2004 den Begriff „Web 2.0“ [O'Reilly, 2004] geprägt. In seinem Essay „What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software“ hat er die dem Web 2.0 aus seiner Sicht zugrunde liegenden Prinzipien veröffentlicht. So zeigt sich das Web als sozio-technische Umgebung schon seit einigen Jahren einer Evolution unterzogen: Die Nutzer („Internet-Surfer“) wandeln sich von rein passiven Konsumenten von Web-Inhalten zu aktiven Produzenten. Gleichzeitig nimmt die Relevanz der durch Nutzer erzeugten Web-Inhalte für Unternehmen stetig zu, beispielsweise als Instrument für Werbekampagnen.

Im Web 2.0 veröffentlichen Nutzer Wiki-Beiträge, verfassen Weblog-Inhalte, vernetzen sich mit Gleichgesinnten zu virtuellen Communities, werden Mitglieder in großen sozialen Netzwerken und hinterlassen überall im Web ihre elektronischen Spuren. Sie knüpfen Bindungen in Web-Plattformen, wie Facebook<sup>1</sup>, LinkedIn<sup>2</sup> oder Xing<sup>3</sup> und erzeugen auf Twitter<sup>4</sup> eine bisher nie dagewesene Transparenz über ihre

---

<sup>1</sup> Facebook: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

<sup>2</sup> LinkedIn: [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)

<sup>3</sup> Xing: [www.xing.com](http://www.xing.com)

Aktivitäten, Interessen, Ziele und Emotionen. Sie übertragen soziale Prozesse auf das Web oder verlassen sich sogar gänzlich darauf, wie beispielsweise die Plattform Second Life<sup>5</sup> zeigt [Vgl. Stocker und Tochtermann, 2008C]. Völlig neu ist dabei, dass jegliche nutzerorientierte Aktivität selbständig und selbstorientiert stattfindet.

Web 2.0 und Wissensmanagement konvergieren in vielen Aspekten. Das für Wissensmanagement und Wissenstransfer spannendste Prinzip von Web 2.0 ist die gelebte Freiwilligkeit, mit der Menschen ihre Ideen und Vorstellungen am Web mit Gleichgesinnten teilen. Auf nutzergenerierten Inhalten basierende Web-Plattformen, wie die freie Enzyklopädie Wikipedia<sup>6</sup>, die soziale Netzwerkplattform StudiVZ<sup>7</sup>, die Plattform zur gemeinsamen Zielerreichung 43things<sup>8</sup> oder das Videoportal YouTube<sup>9</sup> untermauern dieses am Web 2.0 gelebte Prinzip der Freiwilligkeit. Ohne dieses fundamentale Prinzip würden angeführte Web-Plattformen nicht funktionieren, weil ihre Betreiber den Nutzern lediglich die Basis-Technologie zur Verfügung stellen, aber keine Inhalte. Inhalte werden nicht durch redaktionelle Tätigkeiten, sondern durch Nutzer selbstorganisiert und in Eigenverantwortung und zum Teil als Bestandteil umfangreicher Kommunikations- und Kollaborationsprozesse erstellt. Facebook geht in Bezug auf nutzergenerierte Inhalte noch einen Schritt weiter: Jedem Anwender wird ermöglicht, auch Technologie in der Form selbst entwickelter Software einzubringen, um damit den Funktionsumfang von Facebook bedarfsgetrieben zu erweitern.

O'Reilly fasst die wesentlichen Prinzipien von Web 2.0, welche den Wandel im Web beschreiben, in seinem vielzitierten Essay „What is Web 2.0“ zusammen [O'Reilly, 2005]:

- Das Web tritt als die neue Plattform für Software an die Stelle des Desktop-PC oder des Betriebssystems.
- Der Wert von Web-2.0-Anwendungen für andere Nutzer wird vor allem durch ihre Inhalte (Text, Bilder, Videos, etc.) bestimmt.

---

<sup>4</sup> Twitter: [www.twitter.com](http://www.twitter.com)

<sup>5</sup> Second Life: [www.secondlife.com](http://www.secondlife.com)

<sup>6</sup> Wikipedia: [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

<sup>7</sup> StudiVZ: [www.studivz.net](http://www.studivz.net)

<sup>8</sup> 43 Things: [www.43things.com](http://www.43things.com)

<sup>9</sup> YouTube: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

- Nutzer wirken im Web 2.0 stark mit, erhöhen damit den Wert einer Anwendung für andere und vernetzen sich durch ihre Tätigkeiten mit anderen, wodurch sie quasi zur kollektiven Intelligenz werden.
- Je mehr Nutzer eine Web-2.0-Anwendung verwenden, desto besser wird sie und desto wertvoller wird sie auch für andere.
- Die Entwicklung einer Web-2.0-Anwendung ist niemals abgeschlossen, sondern immer im Beta-Stadium (d.h. in einem „unfertigen“ Stadium). Nutzerfeedback fließt in die Entwicklung stets mit ein und macht die Anwendung damit besser.

Die Benutzerfreundlichkeit und Einfachheit von Anwendungen im Web 2.0 hat stark zugenommen. Das ist insofern bedeutend, da das Web so auch über breite Bevölkerungsschichten hinweg genutzt werden kann und nicht mehr nur den Experten und Technikfreaks vorbehalten bleibt. Eine Web-2.0-Anwendung besitzt zumeist weit mehr, als einen einzigen Verwendungszweck. Die geeignete Verwendung einer Anwendung stellt sich oft erst im Zuge der Tätigkeit von Nutzern und den mit einer Anwendung gemachten Erfahrungen heraus.

Schon seit längerer Zeit nehmen Unternehmen neben den klassischen Produktionsfaktoren Arbeit, Boden und Kapital auch das Wissen ihrer Mitarbeiter als weitere Ressource wahr, um erfolgreich am Markt operieren zu können. Vor diesem Hintergrund will Wissensmanagement als eigener Management-Ansatz den Unternehmen zu einem möglichst effektiven und effizienten Umgang mit der Ressource Wissen verhelfen. Damit Wissen im Unternehmen nicht wertlos bleibt und effektiv eingesetzt werden kann, muss es jederzeit an alle Mitarbeiter transferierbar sein. Die Förderung eines aktiven Wissenstransfers zwischen Mitarbeitern gilt demzufolge stets als eine der wichtigsten Aufgaben eines nachhaltigen Wissensmanagements [Vgl. Alavi und Leidner, 2001], [Vgl. Josi u.a., 2004]. Zur Unterstützung des Wissenstransfers kann Web 2.0 mit seinen einfach zu bedienenden Anwendungen einen Beitrag leisten.

Die am Web 2.0 gelebte moderne Art und Weise des Transfers von Inhalten und Wissen wollen Wissensmanager gerne in die Unternehmenslandschaft integrieren. Im Zusammenhang mit dieser Integration schwebt ihnen vor, sowohl die den sozialen Prozessen zugrunde liegenden Technologien, als auch das mit diesen Technologien

verbundene fundamentale Prinzip der Freiwilligkeit in der Wissensteilung für ihre Zwecke nutzbar zu machen. So wollen Unternehmen dem klassischen Dilemma der Wissensteilung [Vgl. Cabrera und Cabrera, 2002] entkommen. Organisationale Zielsetzungen, wie beispielsweise Sicherung und Ausbau von Wettbewerbsfähigkeit, Effektivität- und Effizienzbestrebungen in Kommunikation und Zusammenarbeit sowie die mangelhafte Erfahrungen mit klassischen Wissensmanagement-Instrumenten lassen innovativere Ansätze im Wissensmanagement mehr denn je notwendig erscheinen.

Durch die Beobachtung moderner Web-2.0-Anwendungen erkennen Unternehmen großes Potential aus einer möglichen Übernahme der dem Web 2.0 zugrunde liegenden Strukturen und Muster [Vgl. Leibhammer und Weber, 2008], [Vgl. Bughin, 2008], [Vgl. Schachner und Tochtermann, 2008]. Sie streben durch eine Web-2.0-Strategie die Optimierung ihrer Geschäftsprozesse an und rechnen zum Teil auch langfristig mit einer Anpassung von Geschäftsmodellen durch zunehmende Verflechtung ihrer Produkte und Dienstleistungen mit dem Web. Besonders innovative Unternehmen spielen schon heute mit dem Gedanken, Verteilung und Abrufen von Informationen durch moderne Web-2.0-Anwendungen und Technologien inter- und intraorganisational zu revolutionieren. In Analogie zum Web 2.0 soll auch in Unternehmen ein Großteil der Inhalte durch die Mitarbeiter selbstorganisiert erstellt und verteilt werden. Analog zu „*user generated content*“ wird „*employee generated content*“ der Kernaspekt von Web-2.0-Aktivitäten im Unternehmen sein.

Im Gegenzug zu den bereits angesprochenen Web-2.0-Prinzipien ist die Unternehmenslandschaft bereits geprägt: vor allem durch spezielle dort vorherrschende Kulturen und Hierarchien [Vgl. Schreyögg, 1999]. Eine durch Web 2.0 verursachte bzw. mit Web 2.0 implizit verbundene Selbstorganisation von Mitarbeitern kann in Unternehmen daher ein besonderes Spannungsfeld aufziehen. Ein solches Spannungsfeld zwischen Selbstorganisation, stimuliert und gleichzeitig gefordert durch Web 2.0, und Fremdorganisation, postuliert durch stark hierarchisch ausgeprägte Organisationskonzepte, wird sich negativ auf die Nutzung von Web-2.0-Anwendungen im Unternehmen auswirken. In der Theorie müssten erfolgreiche Unternehmen die Selbstorganisation ihrer Mitarbeiter in bestimmten Tätigkeiten immer erst als fundamentales Prinzip akzeptieren und soweit in ihren betrieblichen Abläufe

verankern, ohne die gewollten positiven Effekte von Web 2.0, wie eben die Freiwilligkeit in der Wissensweitergabe, im Unternehmen zu verlieren.

Der Einsatz von Web 2.0 im Umfeld von Unternehmen wird häufig mit den Begriffen „*Corporate Web 2.0*“ [Schachner und Tochtermann, 2008] bzw. „*Enterprise 2.0*“ [McAfee, 2006] bezeichnet. In diesem Zusammenhang stellen Wiki und Weblog zwei äußerst beliebte Werkzeuge für Unternehmen dar. Beide sind im Grunde genommen leichtgewichtige Content-Management-Systeme, welche auf den Prinzipien von Web 2.0 basieren. So werden Wiki und Weblog als eigene Anwendungsklasse von Web 2.0 hinsichtlich ihrer Funktionalitäten von Unternehmen meist sehr ähnlich wahrgenommen. Darüber hinaus grenzen sie sich von weiteren Anwendungsklassen wie beispielsweise den sozialen Netzwerkdiensten [Vgl. Koch u.a., 2007] ab.

Wiki und Weblog unterstützen durch ihre Funktionsweise primär die nutzerübergreifende Sammlung und Präsentation von Inhalten und erst sekundär die Vernetzung zwischen den Inhaltslieferanten. In dieser Forschungsarbeit werden Wiki und Weblog für die Domäne intraorganisationaler Wissenstransfer aufgrund ihrer konzeptionellen Verwandtschaft gemeinsam untersucht. Für beide Anwendungen gelten auch dieselben Untersuchungsziele. Die ebenfalls genannten sozialen Netzwerkdienste wie beispielsweise IBM BluePages<sup>10</sup> unterscheiden sich als weitere Anwendungsklasse von Web 2.0 sowohl hinsichtlich ihrer Funktionalitäten, als auch hinsichtlich ihrer Anforderungen und finden in diesem Buch keine explizite Berücksichtigung. Lesenswerte Fallstudien zum Einsatz sozialer Netzwerkdienste in Unternehmen finden sich beispielsweise in [Richter, 2010].

Vor diesem komplexen Hintergrund tun sich den beiden Autoren aus einer intraorganisationalen Wissenstransferperspektive eine Vielzahl interessanter und zugleich für Unternehmen besonders relevanter Fragestellungen für Corporate Web 2.0 auf. Die nachfolgenden Fragestellungen werden in diesem Buch fortlaufend diskutiert und weiter vertieft:

---

<sup>10</sup> IBM Bluepages: [www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/19156.wss](http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/19156.wss)

?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie teilen Mitarbeiter ihr Wissen mit Hilfe der beiden speziellen Anwendungen des Web 2.0, Wiki und Weblog?</li> <li>• Wie setzen Unternehmen interne Wikis und Weblogs effektiv und nachhaltig ein?</li> <li>• Welche organisationalen Rahmenbedingungen begünstigen den Einsatz von Wiki und Weblog im Unternehmen?</li> <li>• Welchen Erfolg erzielen Unternehmen mit Wiki und Weblog in der Unterstützung des intraorganisationalen Wissenstransfers?</li> </ul>
---	---

Wird zwar ein idealer Wissensmanagement-Mix als ausgewogenes Portfolio aus humanorientierten, organisationalen und technologischen Maßnahmen erkannt [Vgl. Bullinger u.a., 1997], so beschränkt sich dieses Buch in seiner Erkenntnisgewinnung auf die beiden technologischen Wissenstransfer-Instrumente Wiki und Weblog.

Trotzdem bestehen umfangreiche Wechselwirkungen zwischen Technologie, Organisation und Mensch, welche im Verlauf dieser Arbeit soweit wie möglich dargestellt und interpretiert werden: Die Anwendung von Web-2.0-Technologien in einem komplexen System, wie es bei einem Unternehmen der Fall ist, erfordert auch eine intensive Auseinandersetzung mit nicht-technologischen Einflussfaktoren, weil diese den Erfolg von Projekten stimulieren aber auch konterkarieren können. Darum spricht man in diesem Zusammenhang auch häufig von sozio-technischer Systemgestaltung [Richter, 2010]. Allein die Bereitstellung einer neuen Technologie und ein Abwarten, was passiert, führen nicht zu einer zufriedenstellenden Nutzung und damit im Wissensmanagement auch nicht zum Erfolg.

Auswahl und Akquise der an der Mehrfachfallstudie teilnehmenden Unternehmen stellte eine beachtliche Herausforderung dar. Nur ungern und zögerlich wollten sich Unternehmen in ihre Karten blicken lassen, wenn es um die Abschöpfung von Wissen über die Umsetzung innovativer technologischer Projekte ging. Aufgrund der Tatsache, dass der Erstautor drei Mal für die Organisation des Wirtschaftsteils der „*International Conference on Knowledge Management and Knowledge Technologies*“

(I-KNOW)<sup>11</sup> verantwortlich war, wurde ihm ein tiefer Einblick in innovative Unternehmen, ihre Praktiken und die durch sie verfolgten Trends gewährt.

Als Folge einer umfangreich angelegten Unternehmensbeobachtung wurde dem Erstautor rasch klar, dass zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Buchs (d.h. der Veröffentlichung der ersten Auflage) noch wenige nachhaltige Wikis und Weblogs in Unternehmen existierten, was die Aktualität dieses Themas und die Relevanz des in diesem Buch dargestellten Forschungsvorhabens bestätigt.

Nachfolgende Abbildung fasst die in diesem Buch behandelte Problemstellung auf einen Blick zusammen: Das Aufgreifen des Trends Web 2.0 führt im Kontext von Unternehmen zu einem Spannungsfeld im sogenannten Corporate Web 2.0 zwischen der Selbstorganisation der Mitarbeiter und der Fremdorganisation durch das Management. Um die Auswirkungen von Corporate Web 2.0 auf den Anwendungsbereich Wissenstransfer zu analysieren, wurde dieses Buch verfasst. Im Zuge der durchgeführten Forschung wurden dann zahlreiche Erfolgsgeschichten dokumentiert, welche durchaus als Handlungsleitfäden für andere Unternehmen dienen, wenn entsprechende Muster und Strukturen repliziert werden können.

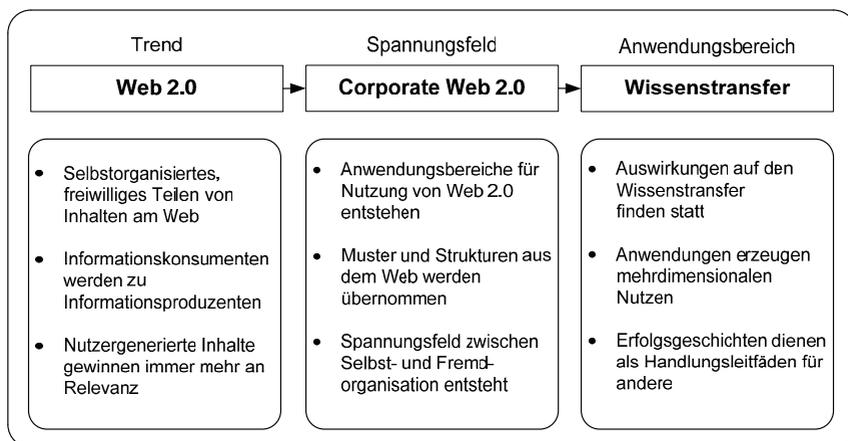


Abbildung 1: Problemstellung: Web 2.0, Corporate Web 2.0 und Wissenstransfer

<sup>11</sup> International Conference on Knowledge Management and Knowledge Technologies: [www.i-know.at](http://www.i-know.at)

## 1.2 Einordnung in die Forschungslandschaft

Das vorliegende Buch will der technologiegestützten Wissensmanagement-Forschung zugeordnet werden. Anwendungen des Web 2.0 werden hier als komplexe sozio-technische Umgebungen verstanden, welche einer gewissen Dynamik und Unberechenbarkeit unterliegen. Gerade diese beiden Faktoren erschweren das Abschätzen der Wirkung von Web 2.0 im betrieblichen Umfeld.

Durch die systematische Untersuchung, wie Anwendungen und Technologien des Web 2.0 in Unternehmen eingesetzt werden können, trägt dieses Buch wesentlich zur Web-2.0-Forschung bei. Web 2.0 ist zwar per se noch kein eigenes Forschungsgebiet, die Untersuchung der mit Web 2.0 implizierten Phänomene wird aber von unterschiedlichen Forschergruppen mit starkem Interesse verfolgt. Pädagogen, Psychologen, Soziologen, Kreativitätsforscher, Informationswissenschaftler, Wirtschaftswissenschaftler, Kommunikationswissenschaftler und selbstverständlich auch Informatiker untersuchen die Auswirkungen von Web 2.0 auf ihre jeweilige Domäne. Forschungsgebiete, zu denen diese Arbeit sehr enge Schnittstellen aufweist, sind neben Informations- und Wissensmanagement auch Computer Supported Collaborative Work (CSCW) und Computer Mediated Communication (CMC).

Was die aktuelle Forschungslage zu Web 2.0 betrifft, empfinden die Autoren eine Vernachlässigung anwendungsorientierter Forschung zur empirischen Untersuchung der Nutzung neuer Web-2.0-Technologien im Zusammenhang mit Unternehmen. Gerade dieser Aspekt ist eine wesentliche Aufgabe von Forschungsarbeiten aus den Fachbereichen Betriebswirtschaft und Wirtschaftsinformatik. Darüber hinaus erzeugt dieses Buch durch die systematische Untersuchung der Wirkung von Wiki und Weblog auf den intraorganisationalen Wissenstransfer einen Beitrag für die Forschung zu technologieorientiertem Wissensmanagement im Kontext von Unternehmen. Aus Sicht der Autoren wird die anwendungsnahe Forschung in dieser Domäne bisher wesentlich von Einzelfallstudien geprägt, welche jedoch weniger robuste Aussagen zu den beobachteten Phänomenen liefern können.

Auch die Weitergabe von Wissen aus Sicht der betrieblichen Wissensarbeiter ist ein bisher noch vergleichsweise wenig erforschtes Thema [Vgl. Han and Anantatmula, 2006]. Mittels explorativer Forschung soll in diesem Buch erläutert werden, welche

Aspekte die Mitarbeiter daher besonders dazu bewegen, ihr Wissen zu teilen und ob speziell die neuen Web 2.0-Anwendungen, allen voran Wiki und Weblog, im Wissenstransfer unterstützen können.

### **1.3 Aufbau und Zielsetzung**

Das Ziel dieses Buchs besteht in der systematischen Generation wissenschaftlicher Erkenntnisse über den intraorganisationalen Wissenstransfer mit den beiden speziellen Web 2.0-Anwendungen, Wiki und Weblog. Für diese beiden Werkzeuge gelten aufgrund ihrer gemeinsamen Anwendungsklasse dieselben Untersuchungsziele. Das Buch nähert sich den zu untersuchenden Phänomenen aus einer explorativen Perspektive an. Um das gesteckte Forschungsziel bestmöglich zu erreichen, hat der Erstautor eine Reihe von Tätigkeiten durchgeführt, welche im Folgenden kurz erläutert werden, weil sie auch die einzelnen Abschnitte dieses Buchs bilden.

*Abschnitt 1* widmet sich Einleitung, Hintergrund, Problemstellung und Zielsetzung. Web 2.0 ist für viele Unternehmen von hinreichender Relevanz, um damit zu experimentieren und entsprechende Strukturen und Muster in die Unternehmenslandschaften zu integrieren. Der in diesem Buch untersuchte Anwendungsbereich Wissenstransfer kann durch Web 2.0 stark profitieren.

*Abschnitt 2* führt methodische Aspekte und Fragestellungen ein und definiert die diesem Buch zugrunde liegende Forschungsstrategie und das Studiendesign. Aus einer anwendungsorientierten Problemstellung heraus, Mitarbeiter noch mehr zu motivieren, ihr Wissen freiwillig und möglichst selbstorganisiert zu teilen, nähern sich die Autoren der zentralen Fragestellung, ob die beiden speziellen Web-2.0-Werkzeuge Wiki und Weblog eine geeignete Unterstützung für den intraorganisationalen Wissenstransfer darstellen.

*Abschnitt 3* erläutert über eine Literaturstudie die für das Verständnis dieser Arbeit wesentlichen Grundkonzepte: Wissen, Wissensmanagement und Wissenstransfer. Wiki und Weblog sind neue, dem Web 2.0 entstammende, computergestützte Informationssysteme, welche systematisch erforscht werden müssen. Neben einer Gliederung von Web 2.0 in soziale, technische und betriebswirtschaftliche Aspekte nehmen die Autoren durch die Diskussion zweier Modelle aus der Information

Systems Research ausführlich Bezug zu Nutzung und Erfolg computergestützter Informationssysteme. Die gewonnen Erkenntnisse prägen die Fragestellungen in den Fallstudien aus den Abschnitten 4 und 5.

*Abschnitt 4* präsentiert die Ergebnisse der Vorstudie (Pilotfallstudie), welche den Autoren zu ersten interessanten Erkenntnissen verhalf und eine Reihe vorläufiger Aussagen zum intraorganisationalen Wissenstransfer über Web-2.0-Anwendungen generierte. Außerdem bot die Pilotfallstudie einen guten Nährboden, um Datenerhebungstechniken im Hinblick auf ihre Eignung zur Erkenntnisgewinnung in diesem speziellen Untersuchungskontext zu erproben. So wurden in der Pilotstudie Artefaktuntersuchung, Experiment, Interview und E-Mail-Befragung als Mittel zur Datenerhebung eingesetzt.

*Abschnitt 5* dokumentiert Studiendesign und die einzelnen Studienergebnisse der umfangreich angelegten Hauptstudie (Mehrfachfallstudie). Im Rahmen zehn detaillierter Einzelfälle, welche mit Hilfe von Experteninterviews und Mitarbeiter-Befragungen untersucht wurden, konnte der intraorganisationale Wissenstransfer über Wiki und Weblog systematisch erforscht werden. In allen Fallstudien wurde speziell darauf geachtet, dass teilnehmende Unternehmen aus den Ergebnissen konkrete Handlungen ableiten konnten, um den Einsatz ihrer Lösungen zu optimieren.

*Abschnitt 6* beinhaltet die Ergebnisse der Mehrfachfallstudie und eine Beschreibung des Beitrags zu Theorie und Praxis. Dort findet sich auch die systematische Ableitung von Aussagen zu Nutzen und Erfolg von Wiki und Weblog für den Anwendungsbereich intraorganisationaler Wissenstransfer. Die Schematisierung der einzelnen Fallstudien ermöglicht eine bessere Vergleichbarkeit und die Replikation beobachteter Phänomene. Dadurch können robuste Aussagen über den intraorganisationalen Wissenstransfer als Antwort auf die in diesem Buch formulierten forschungsleitenden Fragen abgeleitet werden. Eine Zusammenfassung der zehn Einzelfälle als Steckbriefe will vor allem Praktikern den raschen Überblick über mögliche Einsatzszenarien (Business-Cases) und Erfolgsfaktoren vermitteln. Eine Präsentation der Erkenntnisse aus der Mehrfachfallstudie soll vor allem Entscheider in Unternehmen bei der Durchführung von Web-2.0-Projekten unterstützen. Zum Abschluss findet sich noch ein Ausblick auf mögliche, auf den Ergebnissen dieses Buchs aufbauende, Forschungsarbeiten.

## 2 Forschungsrahmen und Studiendesign

### 2.1 Anwendungsorientierte Forschung

Dieses Buch und die darin vorgestellte Forschung wollen aufgrund der gewählten Thematik der Wirtschaftsinformatik zugerechnet werden. Bekanntlich positioniert sich die Wirtschaftsinformatik als angewandte Wissenschaft zwischen Betriebswirtschaftslehre und Informatik [Vgl. König u.a., 1995]. Als betriebswirtschaftliches Vertiefungsfach definiert sich die Wirtschaftsinformatik *„als Wissenschaft vom Entwurf und der Anwendung computergestützter Informationssysteme“* [Scheer, 1992]. *„Gegenstand der Wirtschaftsinformatik ist die Frage, wie Informations- und Kommunikationstechniken betriebswirtschaftliche Abläufe, Entscheidungsprobleme und Lösungsverfahren umgestalten können“* [Scheer, 1992]. Ähnlich der Betriebswirtschaft bezieht sich die Wirtschaftsinformatik als anwendungsorientierte Wissenschaft auf Problemstellungen aus der unternehmerischen Praxis.

Ulrich [Ulrich, 2001] diskutiert vier Merkmale einer anwendungsorientierten Forschung: Die betrachteten Probleme entstehen in der Praxis. Sie sind nicht disziplinär, sondern vielmehr multi-, inter-, oder transdisziplinär. Das Forschungsziel anwendungsorientierter Forschung liegt im Entwerfen und Gestalten der betrieblichen Wirklichkeit. Forschungskriterium ist die praktische Problemlösungskraft aus den entwickelten Modellen und Handlungsempfehlungen. Die angestrebten Aussagen von Arbeiten der anwendungsorientierten Forschung sind wertend und normativ.

Im Gegensatz zur anwendungsorientierten Forschung positioniert sich die Grundlagenforschung [Vgl. Ulrich, 2001]: Die Forschungsprobleme der Grundlagenwissenschaften entstehen aus den Zusammenhängen der Theorie. Das Forschungsziel einer Grundlagenwissenschaft ist die theoretische Erklärung bestehender Wirklichkeiten. Das Forschungsregulativ besteht in der objektiven

Wahrheit. Forschungskriterien sind allgemeine Gültigkeit und die Erklärungs- und Prognosekraft von Theorien.

Die Gestaltung der betrieblichen Realität durch Web-2.0-Anwendungen und -Technologien steht im Vordergrund dieses Buchs. Im Rahmen der geleiteten Forschungsarbeit wird die Auswirkung neuer Anwendungen und Technologien auf den intraorganisationalen Wissenstransfer untersucht. Aus forschungsstrategischer Perspektive werden in diesem Buch Forschungsmethoden angewandt, die für die entsprechenden Domänen dieser Forschungsarbeit, Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik, in der Erkenntnisgewinnung typisch sind und zum Erreichen des Forschungsziels bestmöglich beitragen können.

Die beiden speziellen Web-2.0-Anwendungen, Wiki und Weblog, können aus Sicht der Wirtschaftsinformatik den computergestützten Informationssystemen [Vgl. Scheer, 1992] zugerechnet werden. Forschungsgegenstand dieses Buchs ist die Frage, ob und wie diese beiden neuen computergestützten Informationssysteme den intraorganisationalen Wissenstransfer unterstützen können. In dieser Arbeit geht es daher um die Anwendung neuer computergestützter Informationssysteme und nicht um eine prototypische Implementierung solcher Anwendungen. Damit soll auch eine Forschungsstrategie gesucht werden, welche möglichst viel über die tatsächliche Anwendung und die erzielten Erfolge ans Tageslicht bringen kann.

Web-2.0-Anwendungen schaffen als sozio-technische Systeme eine breite Basis für interdisziplinäre Forschung. Ganz im Sinne einer anwendungsnahen Forschung achten die Autoren speziell auf die praktische Problemlösungseigenschaft sowie Umsetzbarkeit ihrer gewonnenen Forschungsergebnisse. Die im Rahmen der Forschungsarbeit gewonnenen Aussagen sind außerdem, wie in der anwendungsorientierten Forschung typisch, stets als normativ zu betrachten. Sie sollen Entscheidern aus der Praxis und anwendungsorientierten Forschern dabei helfen, die adressierten Phänomene besser zu verstehen.

## **2.2 Forschungsziel und Forschungsstrategie**

Dieses Buch verwendet Fallstudienforschung als Technik zur Erkenntnisgewinnung. Fallstudienforschung stellt eine umfassende Forschungsstrategie dar und ist nicht

lediglich eine von vielen Methoden zur Datenerhebung, wie beispielsweise das Interview oder die Dokumentenanalyse. Auch ist eine Fallstudie nicht bloß eine weitere neue Methode zur Analyse bereits erhobener Daten. Im Gegensatz dazu setzt Fallstudienforschung als umfassende Strategie in der empirischen Sozialforschung selbst verschiedenste Methoden und Techniken zur Erkenntnisgewinnung ein. Nicht nur deswegen hat Fallstudienforschung in der Untersuchung computergestützter Informationssysteme als Forschungsstrategie ihre Berechtigung [Vgl. Benbasat u.a., 1987]. Fallstudienforschung wurde als Forschungsstrategie maßgeblich durch Yin [Yin, 2003] und Eisenhardt [Eisenhardt, 1989] geprägt.

Der strukturelle Aufbau der in diesem Buch vorgestellten Forschungsleistung orientiert sich an dem durch Yin [Yin, 2003] definierten Aufbau von Fallstudienuntersuchungen. Yin definiert dabei eine Fallstudie als *“...an empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon within its real life context, especially when the boundaries between the phenomenon and context are not clearly evident“*.

Durch die Erkenntnis, dass komplexe Phänomene nicht von ihrem Kontext separierbar sind, ohne einen Verlust ihrer Verstehbarkeit zu verursachen, steigt die Bedeutung der Fallstudie und damit auch ihre Verbreitung als eine speziell für Problemlösungen geeignete Forschungsstrategie [Vgl. Kratochvill und Levin, 1992]. Insbesondere eignen sich Fallstudien für die Erforschung neuer Themen [Vgl. Eisenhardt, 1989]. Das Ziel von Fallstudienforschung besteht darin, auf der Basis einer detaillierten empirischen Situationsbeschreibung ein möglichst ganzheitliches Verständnis über einen Untersuchungsgegenstand zu erhalten. So werden konkrete Situationen der realen Welt als Basis zur induktiven Theoriebildung benutzt [Vgl. Eisenhardt 1989], wobei jeder Fall eine eigenständige analytische Einheit bildet.

In der Untersuchung von Web-2.0-Anwendungen in Unternehmen treffen die beiden angeführten Eigenschaften von Fallstudienforschung zu. So sind die beiden Web-2.0-Anwendungen Wiki und Weblog als sozio-technische Systeme äußerst komplex und nicht von ihrem Kontext, dem intraorganisationalen Wissenstransfer, trennbar. Außerdem handelt es sich bei Wiki und Weblog zweifelsohne um zeitgenössische Phänomene aus dem Web 2.0.

Nun liegen Fallstudien gegenüber anderen Forschungsstrategien eindeutig im Vorteil, wenn die nachfolgenden vier Merkmale gegeben sind [Yin, 2003]. Im Hinblick auf die