

Wikis im unternehmensinternen Wissensmanagement

Zeiller Michael, Schauer Bettina, Riedl Doris

Fachhochschule Burgenland, Department Informationstechnologie
und Informationsmanagement; Campus 1, 7000 Eisenstadt

{michael.zeiller|bettina.schauer|doris.riedl}@fh-burgenland.at>

Abstract

Mittels Cross-Case Analyse von acht Fallstudien zum Einsatz von Wikis im unternehmensinternen Wissensaustausch wird untersucht, welche Maßnahmen eingesetzt werden, um die aus Literatur und Praxis bekannten Förderfaktoren umzusetzen. Als Ergebnis zeigt sich, dass eine Vorbildfunktion des Managements und klare Ziele den Erfolg wesentlich beeinflussen. Den größten Nutzen ziehen MitarbeiterInnen aus der verbesserten Transparenz, der Durchsuchbarkeit der Wissensbasis, der Dokumentation und dem Austausch von Wissen.

1 Einleitung

Die Nutzung von Social Software in Unternehmen ist durch geringe Kosten, hohe Verfügbarkeit, einfache Implementierung und Wartung, aber in der Regel auch durch hohe Akzeptanz unter den MitarbeiterInnen gekennzeichnet. Entsprechend häufig kommt Social Software in der unternehmensinternen Kommunikation und zur Unterstützung des Wissensflusses zum Einsatz.

Insbesondere Wikis sind ein beliebtes und häufig genutztes Instrument des Wissensmanagements. Aber was macht ihren Einsatz erfolgreich? Welche Erfolgsfaktoren, aber auch Barrieren sind für den erfolgreichen Einsatz in einem Unternehmen verantwortlich? In diesem Beitrag werden daher hemmende und fördernde Faktoren für die Nutzung von Wikis für den unternehmensinternen Wissensfluss untersucht. Im Vordergrund steht die Analyse der Einführung und Nutzung von Wikis sowie Motivationsfaktoren für NutzerInnen. Mit einer Cross-Case Analyse von acht Fallstudien wird untersucht, welche in der Praxis eingesetzten Maßnahmen die aus Studien bekannten, fördernden Faktoren für den Wissensfluss tatsächlich unterstützen. Als fördernde Faktoren

werden beispielsweise die Kommunikation von Zielen, eine Unternehmenskultur der Transparenz, Einführung auf Initiative der MitarbeiterInnen, technische Rahmenbedingungen und Nutzenfaktoren für die MitarbeiterInnen genannt.

2 Social Software und Enterprise 2.0

Ab dem Jahr 2002 und besonders ab 2005 werden die Begriffe Social Software und Social Media intensiv im Zusammenhang mit dem Web 2.0 genutzt, um die massiven Veränderungen, die das World Wide Web geprägt haben, aufzuzeigen. Den meisten Erklärungsversuchen ist gemeinsam, dass Social Software die Kommunikation, die soziale Interaktion und die Zusammenarbeit zwischen Menschen unterstützt und anregt und auf diese Weise Mehrwert in einem Netzwerk von Menschen erzeugt. Social Software kann auf mehrere Arten charakterisiert werden: durch Aufzählung der verfügbaren Anwendungen (wie Weblog, Wiki, Social Networking, Podcasts), durch Beschreibung der Eigenschaften oder durch die Festlegung von Kategorien zur Klassifikation.

Der Einsatz von Social Software im Unternehmenskontext wird unter dem Begriff Enterprise 2.0 subsumiert. McAfee (2006) definierte den von ihm geprägten Begriff Enterprise 2.0 als *„the use of emergent social software platforms within companies, or between companies and their partners or customers“*. Zur Beschreibung der Charakteristik von Enterprise 2.0 verwendete McAfee das Akronym SLATES, das die sechs Kernelemente von Enterprise 2.0 Technologien aufzeigt: Search – Links – Authoring – Tags – Extensions – Signals.

3 Fallstudienforschung

3.1 Fallstudien

Yin (2009: 18) definiert eine Fallstudie als *„an empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon in depth and within its real-life context, especially when the boundaries between phenomenon and context are not clearly evident“*. Dabei unterscheidet er zwischen drei Grundtypen von Fallstudien: erforschend, beschreibend und erklärend. Jeder dieser Typen kann als Einzelfallstudie oder Mehrfachfallstudie vorliegen. In diesem Beitrag werden beschreibende Einzelfallstudien einer vergleichenden Analyse unterzogen.

3.2 Fallstudienforschung zu Enterprise 2.0

Fallstudien zur Nutzung von Social Software in Unternehmen finden sich u.a. bei Back, Gronau & Tochtermann (2012), Koch und Richter (2009) oder in Fallstudiennetzwerken wie e20cases.org (o.D.). Die Anwendung von Social

Software für Aufgaben des Wissensmanagement wurde bereits von zahlreichen AutorInnen untersucht. Dabei kommt die Fallstudienforschung häufig zum Einsatz. Stocker und Tochtermann (2010, 2011) untersuchten die Nutzung von Enterprise Wikis sowie den Wissenstransfer mit Wikis und Weblogs mit einem Forschungsdesign basierend auf Mehrfachfallstudien. Die vergleichende Analyse von Fallstudien wird auch von Richter und Stocker (2011) bei ihrer Studie zu den Einführungsstrategien von Social Software genutzt. Der Einsatz von Social Software für E-Collaboration und Wissensmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen wird von Zeiller & Schauer (2011) und Fruhmann & Zeiller (2012) untersucht.

3.3 Untersuchungsdesign

In einer vergleichenden Cross-Case Analyse werden bereits publizierte Fallstudien fallvergleichend analysiert (Eisenhardt 1989: 545). Damit in dieser Sekundäranalyse, die auf heterogenen Fallstudien beruht, eine Vergleichbarkeit der Fallstudien gewährleistet werden kann, werden einheitliche Bewertungskriterien angewendet. Aus dem State-of-the-Art zu hemmenden und fördernden Faktoren in der Wiki-Nutzung wird ein Auswertungsraster mit überprüfbaren Bewertungskriterien in fünf Bewertungskategorien entwickelt (vgl. Kap. 4) (Macheiner 2012: 22). Vor der fallvergleichenden Analyse wird eine Within-Case Analyse durchgeführt, sodass jede Fallstudie zunächst einzeln eingehend betrachtet wird (Eisenhardt 1989: 540).

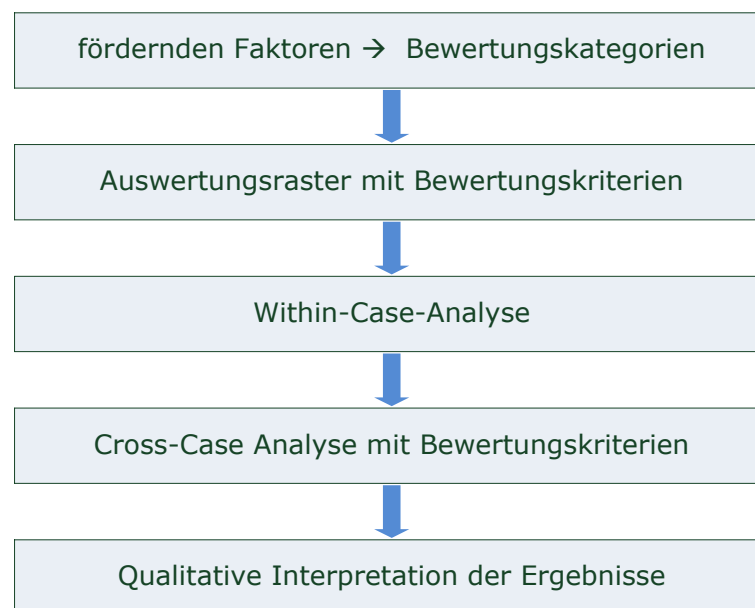


Abbildung 1: Untersuchungsablauf

3.4 Fallstudien zu Wikis im Wissensmanagement

In der vergleichenden Fallstudienanalyse werden acht Fallstudien untersucht (Macheiner 2012: 35ff). Gemeinsames Ziel war in allen Fällen die Schaffung einer einheitlichen organisatorischen Wissensbasis.

Unternehmen	MitarbeiterInnen	Softwareprodukt	Einführung
SFS Services AG	80	MediaWiki	2008
IHK Darmstadt	rund 100	MediaWiki	2009
DWH	ca. 150-200	MediaWiki	2006
PSI AG	1.000	MediaWiki	2006
Alpha	rund 19.000	MediaWiki	2007
Beta	200	MediaWiki	2007
Gamma	250	Perspective	2006
Eta	750	JSP-Wiki	2007

Tabelle 1: Untersuchte Fallstudien (Macheiner 2012: 35)

Die SFS Services AG nutzt ein Wiki, um die Organisation und Kommunikation von Wissen zu optimieren. In der Industrie- und Handelskammer (IHK) Darmstadt wurde eine verbindliche Dokumentationsplattform für das gesamte Wissen erstellt. Die Deutsche Werkstätten Hellerau GmbH führte ein Wiki ein, mit dessen Hilfe die MitarbeiterInnen ihre Erfahrungen untereinander austauschen und dokumentieren können. In der PSI AG wurde ein unternehmensweites Wiki für alle MitarbeiterInnen bereitgestellt. Im Unternehmen Alpha wurde ein unternehmensweiter Wissensmarkt geschaffen, welcher allen MitarbeiterInnen erlaubte, ihr Wissen einfach zu dokumentieren sowie zu verbreiten. Bei Beta wurde mit dem Wiki eine elektronische Wissensbasis zu Tool- und Methodensupport erstellt, um den Wissensaustausch zu fördern. Das Ziel bei Gamma bestand darin, das im Unternehmen vorliegende Wissen zu dokumentieren und effektiv zur Verfügung zu stellen. Bei Eta wurde mit dem Wiki eine Wissensbasis als Nachschlagewerk für dauerhaftes Wissen geschaffen.

4 Cross-Case Analyse

Im Zentrum dieses Beitrags steht die Analyse von hemmenden und fördernden Faktoren für die Nutzung von Wikis für den unternehmensinternen Wissensfluss. Dabei wird unter Wissensfluss der Transfer, der Austausch, die Diffusion und die Kommunikation von Wissen verstanden (Macheiner 2012: 12).

Die Bewertungskriterien werden in fünf Bewertungskategorien zusammengefasst: Gemeinsame Ziele und Visionen, Unternehmenskultur, Einführung des Wikis, technische Bedingungen, Nutzeneffekte für MitarbeiterInnen.

4.1 Gemeinsame Ziele und Visionen

In der ersten Bewertungskategorie wurde untersucht, ob Vorbereitungsmaßnahmen getätigt und Ziele kommuniziert wurden (Macheiner 2012: 38ff):

- K 1-1: Gab es eine einführende Erklärung der Ziele und Erwartungen?
- K 1-2: War das Schaffen einer gemeinsamen Wissensbasis ein Ziel?
- K 1-3: Existiert eine Wiki-Policy für die MitarbeiterInnen?

Unternehmen	K 1-1 Erklärung	K 1-2 Wissensbasis	K 1-3 Wiki Policy
SFS Services AG	●	○	●
IHK Darmstadt	○	●	●
DWH	●	-	-
PSI AG	◐	●	●
Alpha	●	○	●
Beta	●	●	◐
Gamma	○	●	-
Eta	●	●	●

Tabelle 2: Bewertungskriterien zu Zielen und Visionen

Legende: ● ganz erfüllt; ◐ teilweise erfüllt; ○ nicht erfüllt; - keine Angabe

Die Mehrheit der Unternehmen hat Aktivitäten zur Einführung wie Informationsveranstaltungen, Wiki-Flyer, Jour-Fixes und Artikel im Intranet gesetzt. Die Informationsveranstaltungen reichten von halb- oder ganztägigen MitarbeiterInnenveranstaltungen bis zu persönlichen Vorstellungen durch die ProjektmanagerInnen in den Abteilungen. Zwei Fallstudien zeigen aber, dass keine oder nur kurze Vorstellungen jedenfalls nicht ausreichend sind.

Fünf der untersuchten Unternehmen haben das Schaffen einer gemeinsamen Wissensbasis als explizites Ziel formuliert. Unternehmen Alpha wollte hingegen einen Wissensmarkt schaffen. In fünf Unternehmen wurde eine Wiki-Policy mit Grundregeln für die Wiki-Nutzung, z.B. in Form von Handbüchern bzw. Guidelines oder einer Wikiquette (Netiquette für Wikis), geschaffen.

4.2 Unternehmenskultur

Um den Umgang mit dem Wiki im Unternehmen zu erheben, wurden folgende Bewertungskriterien analysiert (Macheiner 2012: 41ff):

- K 2-1: Geht das Management mit gutem Beispiel voran?
- K 2-2: Wird ein bestimmtes Zeitbudget für die Beteiligung eingeräumt?
- K 2-3: Ist die Mitarbeit durch Freiwilligkeit bestimmt?
- K 2-4: Wurden die MitarbeiterInnen in die Strukturierung einbezogen?

- K 2-5: Haben alle Wiki-NutzerInnen Lese- und Schreibrechte?
- K 2-6: Ist die Wiki-Nutzung mit Anreizsystemen verbunden?

In vier der acht Unternehmen beteiligt sich das Management aktiv und trägt durch diese Vorbildfunktion und das persönliche Engagement zum Erfolg des Wikis bei. Nur in einer Fallstudie konnte ein explizites Zeitbudget für die Beteiligung am Wiki nachgewiesen werden. Die anderen Fallstudien schließen dieses aus bzw. machen keine Angaben, sodass die Vermutung naheliegt, dass die Gewährung von Zeitbudgets nicht thematisiert wird.

Unternehmen	K 2-1 Vorbild	K 2-2 Zeit- budget	K 2-3 Freiwill- ligkeit	K 2-4 Einbe- ziehung	K 2-5 Berech- tigung	K 2-6 Anreiz- systeme
SFS Services AG	-	○	●	○	◐	●
IHK Darmstadt	●	●	○	○	●	●
DWH	●	-	●	◐	●	-
PSI AG	-	-	●	●	●	○
Alpha	-	-	●	○	●	●
Beta	●	-	●	●	●	-
Gamma	●	○	○	◐	◐	-
Eta	-	-	○	○	●	○

Tabelle 3: Bewertungskriterien zur Unternehmenskultur

In fünf der acht Unternehmen erfolgt die Mitarbeit im Wiki auf freiwilliger Basis. Aktiver Wissensaustausch ist gewünscht, wird aber nicht vorgeschrieben, sodass das Ausmaß der aktiven Beteiligung sich nach dem persönlichen Interesse und dem persönlichen Nutzen richtet. In drei Unternehmen greift die Unternehmensführung aber auf Zielvereinbarungen mit den MitarbeiterInnen zurück, um die Aktivität im Wiki zu steuern. Obwohl diese Form der Kontrolle dem Erfolgsfaktor Freiwilligkeit widerspricht, zeigen diese drei Fallstudien aber einen fördernden Effekt des sanften Drucks von den Vorgesetzten.

In vier Unternehmen wurde vorab eine Inhaltstruktur für das Wiki durch ein Projektteam – ohne Einbeziehung der MitarbeiterInnen – entwickelt, wodurch in zwei Fällen bald eine Restrukturierung notwendig wurde. In zwei Unternehmen wurden MitarbeiterInnen in diesen Strukturierungsprozess involviert, aber die resultierenden Strukturen waren zu komplex. Nur zwei Unternehmen vertrauten im Strukturierungsprozess auf die Selbstorganisation. Strukturen wurden durch die NutzerInnen im Kontext der Problemstellung entwickelt.

Im Großteil der Unternehmen haben alle MitarbeiterInnen die Berechtigung, lesend und schreibend auf das Wiki zuzugreifen. Allerdings sind in zwei Unternehmen keine anonymisierten Änderungen zugelassen. Nur drei der acht Un-

ternehmen fördern die aktive Mitarbeit durch Anreizsysteme wie die Auszeichnung von AutorInnen (Erhöhung der Reputation) oder saisonale Inhalte.

4.3 Einführung des Wikis

Besondere Bedeutung wird in der Literatur darauf gelegt, wie ein Wiki im Unternehmen eingeführt wird und welche begleitenden Maßnahmen gesetzt werden. Daher wurden folgende Kriterien analysiert (Macheiner 2012: 46ff):

- K 3-1: Wurde das Wiki Top-down oder Bottom-up eingeführt?
- K 3-2: Gibt es begleitende Maßnahmen für die Akzeptanz, Nutzung und Qualitätssicherung des Wikis?

Unternehmen	K 3-1 Einführung	K 3-2 Begleitende Maßnahmen				
		Projektteam	Promotoren	Rollen	Vorstruktur	Schulung
SFS Services AG	↑	●	●	●	●	●
IHK Darmstadt	↓	●	●	●	●	●
DWH	↓	●	●	●	●	●
PSI AG	-	-	●	●	●	●
Alpha	↑	●	●	●	●	●
Beta	↓	-	-	●	●	●
Gamma	↓	●	-	●	●	●
Eta	↓	●	●	-	●	●

Tabelle 4: Bewertungskriterien zur Einführung und begleitenden Maßnahmen

Legende: ↓ Top-down, ↑ Bottom-up

In fünf Unternehmen wurde das Unternehmens-Wiki vom Management initiiert. Nur in zwei Unternehmen ging die Initiative von den MitarbeiterInnen, in den konkreten Fällen von gemischten Projektgruppen, aus.

Um die Akzeptanz und die Nutzungsfrequenz zu heben, wurden verschiedene begleitende Maßnahmen gesetzt. Dazu zählen u.a. in sechs Unternehmen Projektteams, deren Mitglieder auch das Wiki pflegen. Promotoren und Early Adopters finden sich ebenso in sechs Unternehmen. MitarbeiterInnen mit besonderen Rollen, wie AnsprechpartnerInnen oder inhaltlich Verantwortliche, gibt es in fast allen Unternehmen. Jedes Unternehmen startete mit einem vorstrukturierten, mit ersten Inhalten ausgestatteten Wiki und informierte die MitarbeiterInnen in Veranstaltungen und Schulungen über die Wiki-Initiative.

4.4 Technische Bedingungen

Die vierte Kategorie fasste zwei Kriterien zusammen (Macheiner 2012: 49ff):

- K 4-1: Ist das Wiki einfach zu bedienen (Benutzerfreundlichkeit)
- K 4-2: Wurde das Wiki um weitere technische Funktionen erweitert?

Unternehmen	K 4-1 Bedienbarkeit	K 4-2 Erweiterung
SFS Services AG	●	●
IHK Darmstadt	●	●
DWH	-	○
PSI AG	●	◐
Alpha	●	●
Beta	●	-
Gamma	◐	○
Eta	○	-

Tabelle 5: Bewertungskriterien zu technischen Bedingungen

Vier Unternehmen erweiterten den Funktionsumfang, z.B. durch einen verbesserten Editor, eine Suchfunktion, einen PDF-Generator, eine Tag-Cloud.

4.5 Nutzeneffekte für MitarbeiterInnen

Zur Erhebung des geschaffenen Mehrwerts und der Nutzeneffekte für die MitarbeiterInnen wurden folgende Kriterien analysiert (Macheiner 2012: 51ff):

- K 5-1: Wurde das Wiki von den NutzerInnen von Anfang an akzeptiert?
- K 5-2: Ist die Mitarbeit mit Mehraufwand/Zusatzbelastung verbunden?
- K 5-3: Welcher positive Nutzen ging für die MitarbeiterInnen einher?

Unternehmen	K 5-1 Akzeptanz	K 5-2 Mehraufwand
SFS Services AG	◐	-
IHK Darmstadt	◐	○
DWH	◐	-
PSI AG	◐	-
Alpha	●	◐
Beta	◐	●
Gamma	◐	◐
Eta	◐	-

Tabelle 6: Bewertungskriterien zu Akzeptanz und Mehraufwand

In sieben Unternehmen war die Akzeptanz des Wikis anfangs nur bedingt gegeben. MitarbeiterInnen aus technischen Abteilungen haben das Wiki schnell angenommen, während das Personal aus anderen Fachbereichen der neuen Lösung Widerstand entgegenbrachten. Diese MitarbeiterInnen mussten zum aktiven Wissensaustausch motiviert werden. Erst das Erleben des Nutzens und der Vorteile des Wikis führte zu einer steigenden Nutzerakzeptanz. Trotzdem war in allen Fallstudien festzustellen, dass die Mehrheit der MitarbeiterInnen passive Wiki-NutzerInnen sind. Eine Ursache dafür könnte der Mehraufwand sein, der für die MitarbeiterInnen durch das Erstellen von Beiträgen im Wiki verbunden ist, wie das in drei Fallstudien explizit thematisiert wurde. Nur in einem Fall wird die aktive Mitarbeit im Wiki nicht als Mehraufwand empfunden, da hier explizite Zeitbudgets vorgesehen sind (vgl. Kap. 4.2).

Zur Analyse der positiven Nutzeneffekte (K 5-3) wurden folgende Nutzenfaktoren untersucht: Zugang zu vorher nicht zentralem Wissen [N1], Durchsuchbarkeit der Wissensbasis [N2], Transparenz über Wissen [N3], Wissensdokumentation [N4], Wissensaustausch [N5], Wissen gemeinschaftlich erstellen [N6], Verbesserung von gemeinsamen Lernprozessen [N7], Verringerter Einarbeitungsaufwand für neue MitarbeiterInnen [N8], Erhöhung der eigenen Reputation [N9], Erleichterung der täglichen Arbeit [N10].

Unternehmen	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10
SFS Services AG	●	●	●	●	●	●	-	-	-	-
IHK Darmstadt	-	●	-	●	●	-	●	●	-	●
DWH	●	-	-	●	●	-	●	-	-	-
PSI AG	-	●	-	-	●	●	-	-	-	-
Alpha	●	-	●	-	●	-	-	-	●	-
Beta	●	●	●	●	●	-	-	-	-	●
Gamma	●	●	●	-	●	-	●	-	-	-
Eta	●	●	●	-	-	-	-	●	-	-

Tabelle 7: Bewertungskriterien zu den Nutzenfaktoren

Der Nutzen auf Ebene der Gruppen bzw. des Unternehmens wird stärker empfunden, als auf der individuellen Ebene. Entsprechend sind die meisten Nennungen bei den Wissensmanagement-Funktionen von Wikis N1 bis N5 zu finden. Die weiteren Nutzenfaktoren, die in der Fachliteratur häufig genannt werden, treffen in den Fallstudien kaum zu. Nutzen aus der gemeinschaftlichen Erstellung von Wissen oder der Verbesserung von Lernprozessen können nur zwei bzw. drei Unternehmen ziehen. Nutzeneffekte auf individueller Ebene – wie durch Erleichterung der täglichen Arbeit, verringertem Einarbeitungsaufwand oder Erhöhung der Reputation – werden selten genannt.

5 Fazit

In sechs der acht untersuchten Fälle trugen eine einführende Erklärung der Ziele und das Vorhandensein einer Wiki Policy wesentlich zum Erfolg des Wikis bei. Ein Zeitbudget für die Beiträge im Wiki wurde nur von einem Unternehmen berücksichtigt. Das Wiki-Prinzip Freiwilligkeit wurde von drei Unternehmen nicht erfüllt. Dennoch stellte sich heraus, dass ein sanfter Druck seitens des Managements durchaus zum langfristigen Erfolg beiträgt. Inhaltliche und strukturelle Qualitätsmaßnahmen durch Administratoren waren in allen Fallstudien unumgänglich. Anders als in der Literatur, die als Erfolgsfaktor oft die Initiative der MitarbeiterInnen bei der Einführung nennt, erfolgte in fünf Fällen die Einführung Top-down durch das Management. Begleitmaßnahmen waren Einführungsveranstaltungen, eine Vorstrukturierung des Wikis sowie AnsprechpartnerInnen bei Problemen. Als Nutzen des Wikis wurden hauptsächlich Transparenz, Durchsuchbarkeit, Dokumentation und Austausch von Wissen über das Wiki genannt. Geringerer Einarbeitungsaufwand und Erleichterung der täglichen Arbeit waren nur in zwei Fällen relevante Nutzenfaktoren.

Die in der Literatur und in Studien genannten Erfolgsfaktoren können also größtenteils, aber nicht gänzlich auf die untersuchten Fälle übertragen werden. Trotz der geforderten Emergenz und Selbstorganisation leisten Commitment und Vorgaben des Managements einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg.

6 Danksagung

Besonderer Dank gilt Bettina Macheiner, die wesentliche Teile dieser Studie in ihrer Masterarbeit an der Fachhochschule Burgenland durchgeführt hat.

7 Literatur

Back, A./Gronau, N./Tochtermann, K. (2012): Web 2.0 und Social Media in der Unternehmenspraxis. München: Oldenbourg.

Eisenhardt, K. (1989): Building Theories from Case Study Research. The Academy of Management Review 14 (4): 532-550.

e20cases (o.D.): Enterprise 2.0 Fallstudien – Aus Erfahrung lernen. <http://www.e20cases.org/> (31.10.2013).

Fruhmann, S./Zeiller, M. (2012): Enterprise 2.0 Adoption in SMEs – Application Areas, Motivation, Success Factors, and Barriers. In: Proceedings KMIS 2012 – International Conference on Knowledge Management and Information Sharing (Barcelona, 4.-7.10.2012).

Koch, M./Richter, A. (2009): Enterprise 2.0 – Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz von Social Software in Unternehmen. München: Oldenbourg.

Macheiner, B. (2012): Wissensmanagement mit Wikis – Eine Cross-Case-Analyse. Masterarbeit, Fachhochschule Burgenland.

McAfee, A. (2006): Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration. MIT Sloan Management Review 47 (3).

Richter, A./Stocker, A. (2011): Exploration & Promotion: Einführungsstrategien von Corporate Social Software. In: Tagungsband 10. Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik WI 2011 (Zürich, 16.-18.2.2011): 1114-1123.

Stocker, A./Tochtermann, K. (2010): Wissenstransfer mit Wikis und Weblogs. Wiesbaden: Gabler.

Stocker, A./Tochtermann, K. (2011): Enterprise Wikis – Types of Use, Benefits and Obstacles: A Multiple-Case Study. In: Fred, A./Dietz, J./Liu, K./Filipe, J. (Hrsg. 2011): Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management. Berlin Heidelberg: Springer: 297-309.

Yin, R. (2009): Case Study research: Design and Methods. Beverly Hills, CA: Sage Publishing (4th ed).

Zeiller, M./Schauer, B. (2011): Adoption, Motivation and Success Factors of Social Media for Team Collaboration in SMEs. In: Proceedings i-KNOW 2011 – 11th International Conference on Knowledge Management and Knowledge Technologies (Graz, 7.-9.9.2011).