

Anhang

A Materialien zur Vorstudie

A.1 Punktbefragungen nach Wiki-Gruppenschulungen

Zwei Beispiele für die Punktbefragungen auf einer Metaplanwand werden auf den folgenden Seiten dargestellt.

A.1.1 Punktbefragung nach Wiki-Erfahrung und Wiki-Arbeit

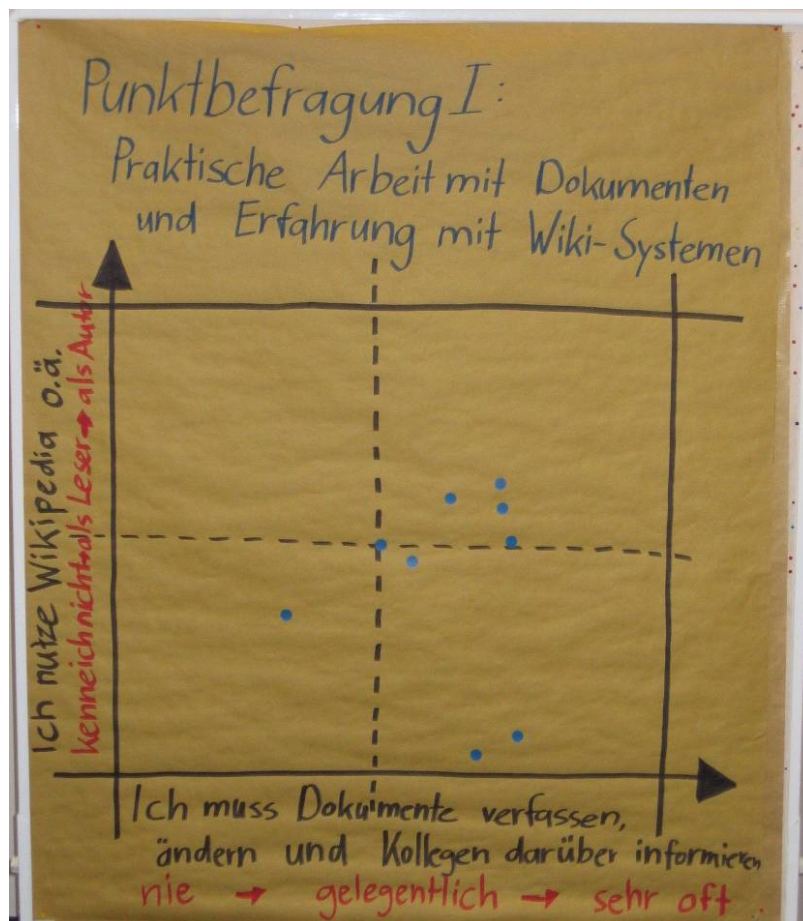


Abbildung 35: Punktbefragung I

A.1.2 Punktbefragung nach Organisation, Transparenz und Qualität

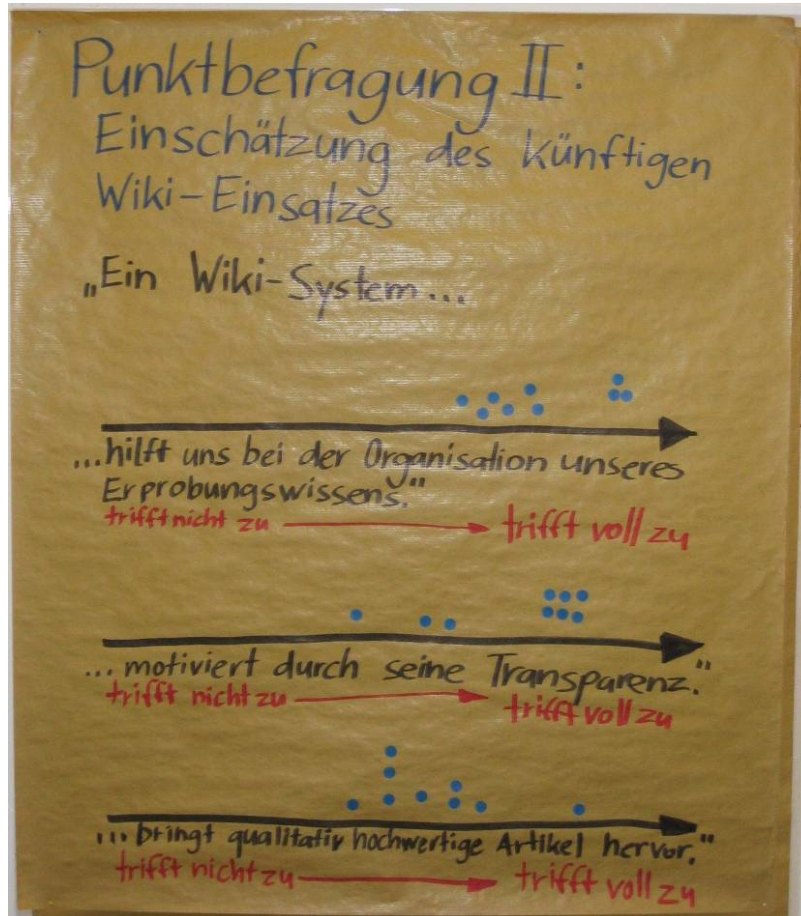


Abbildung 36: Punktbefragung II

A.2 Fragebogen nach Wiki-Einzelschulungen

Beispielhaft wird im Folgenden der Fragebogen für die Studenten vorgestellt.

Wiki bei Bosch**Befragung der Studentinnen und Studenten in DS/ETM***Hinweise:*

- Bitte die Fragen möglichst vollständig beantworten, dazu im [Wiki](#) stöbern und auf der [Spielwiese](#) oder unter [ETM_students](#) ausprobieren.
- Anmeldung mit NT-User und dem Start-Passwort „wikitest“ – kann nach Anmeldung unter "Profile" (oben rechts) geändert werden.
- [Schulungsunterlagen](#) erläutern die wichtigsten Funktionen.
- Natürlich stehe ich für Fragen jederzeit gern zur Verfügung.
- Zeitbedarf **ca. 30-60 min.**
- Abgabe bitte bis spätestens **14.07.2006**

Vielen Dank für Eure Mitarbeit!

Wiki bei Bosch**Befragung der Studentinnen und Studenten in DS/ETM****1. Wiki allgemein**

1.1	Wiki-Erfahrung Ich nutze Wikipedia o. ä.: „kenne ich nicht“ (0,0) → „als Leser“ → „täglich als Autor“ (1,0)					
1.2	Wiki-Arbeit Ich muss Dokumente verfassen, ändern und Kollegen darüber informieren: „nie“ (0,0) → „gelegentlich“ → „sehr oft“ (1,0)					
		Trifft nicht zu (0)	(1)	(2)	(3)	Trifft voll zu (4)
1.3	Transparenz Ein Wiki-System motiviert durch seine Transparenz.	☐ ☐ ☐ ☐ ☐				
1.4	Qualität Ein Wiki-System bringt qualitativ hochwertige Artikel hervor.	☐ ☐ ☐ ☐ ☐				
1.5	Bemerkungen 					

Einträge zurücksetzen

Wiki bei Bosch**Befragung der Studentinnen und Studenten in DS/ETM**

Trifft nicht zu (0)	(1)	(2)	(3)	Trifft voll zu (4)
------------------------------	-----	-----	-----	-----------------------------

2. Usability – Benutzerfreundlichkeit (1)

2.1	Die Navigationsmöglichkeiten (Baum-, alphabetische Ansicht, Letzte Änderungen, Volltextsuche) unterstützen meine Suche optimal.	☐	☐	☐	☐	☐
2.2	Mit dem „What You See Is What You Get“-Editor kann ich komfortabel Artikel eingeben.	☐	☐	☐	☐	☐
2.3	Mit dem Wiki-Markup komme ich gut zurecht.	☐	☐	☐	☐	☐
2.4	Ich konnte mich insgesamt rasch einarbeiten.	☐	☐	☐	☐	☐
2.4.1	Neue Seiten konnte ich leicht an der richtigen Stelle einfügen.	☐	☐	☐	☐	☐
2.4.2	Das Verfassen von Kommentaren ist einfach.	☐	☐	☐	☐	☐
2.4.3	Die Erstellung externer und interner Links ist leicht.	☐	☐	☐	☐	☐
2.4.4	Das Einfügen von Bildern ist einfach.	☐	☐	☐	☐	☐
2.4.5	Der Entwurf von Tabellen ist leicht.	☐	☐	☐	☐	☐
2.4.6	Die Verwendung von Makros ist hilfreich.	☐	☐	☐	☐	☐

Einträge zurücksetzen

Wiki bei Bosch**Befragung der Studentinnen und Studenten in DS/ETM**

Trifft nicht zu (0)	(1)	(2)	(3)	Trifft voll zu (4)
------------------------------	-----	-----	-----	-----------------------------

2. Usability – Benutzerfreundlichkeit (2)

2.5	Änderungen an Artikeln können gut rückverfolgt und ggf. leicht rückgängig gemacht werden.	☐	☐	☐	☐	☐
2.6	Die Vergabe von Schlagworten („Labels“) – um die Suche zu unterstützen – ist praktikabel.	☐	☐	☐	☐	☐
2.7	Ich konnte mich insgesamt rasch einarbeiten.	☐	☐	☐	☐	☐
2.8	Die Bedienung macht Spaß.	☐	☐	☐	☐	☐
2.9	Die Oberfläche sieht gut aus.	☐	☐	☐	☐	☐
2.10	Bemerkungen					

Einträge zurücksetzen

Wiki bei Bosch**Befragung der Studentinnen und Studenten in DS/ETM**

Trifft nicht zu (0)	(1)	(2)	(3)	Trifft voll zu (4)
------------------------------	-----	-----	-----	-----------------------------

3. Technik

3.1	Das Wiki reagiert schnell auf meine Eingaben.	☐	☐	☐	☐	☐
3.2	Alle für mich wichtigen Funktionen sind verfügbar.	☐	☐	☐	☐	☐
3.3	Das Wiki wirkt insgesamt ausgereift.	☐	☐	☐	☐	☐
3.4	Der PDF- und Word-Export von Artikeln könnte für meine tägliche Arbeit sinnvoll sein.	☐	☐	☐	☐	☐
3.5	Bemerkungen 					

Einträge zurücksetzen

Wiki bei Bosch**Befragung der Studentinnen und Studenten in DS/ETM**

Trifft nicht zu (0)	(1)	(2)	(3)	Trifft voll zu (4)
------------------------------	-----	-----	-----	-----------------------------

4. Inhalt

4.1	Auf dem „Dashboard“ sind alle wesentlichen Informationen für einen Kurzüberblick enthalten.	☐	☐	☐	☐	☐
4.2	Meine im Alltag benötigten Informationen könnten insgesamt gut abgebildet werden.	☐	☐	☐	☐	☐
4.3	Fachwissen aus meinem Studium ließe sich im Wiki gut abbilden.	☐	☐	☐	☐	☐
4.4	Die Schulungsunterlagen sind hilfreich und umfassend.	☐	☐	☐	☐	☐
4.5	Bemerkungen					

Einträge zurücksetzen

Wiki bei Bosch**Befragung der Studentinnen und Studenten in DS/ETM**

Trifft nicht zu (0)	(1)	(2)	(3)	Trifft voll zu (4)
------------------------------	-----	-----	-----	-----------------------------

5. Kollaboration – Zusammenarbeit

5.1	Mit dem Wiki steht uns ein Instrument zur Verfügung, mit dem wir qualitativ hochwertiges Wissen erarbeiten könnten.	☐	☐	☐	☐	☐
5.2	Ich kann mir gut vorstellen, mit Kollegen zeitlich versetzt im Wiki einen hilfreichen Artikel zu entwickeln.	☐	☐	☐	☐	☐
5.3	Unvollständiges Wissen ist meiner Meinung nach besser, als nichts zu wissen.	☐	☐	☐	☐	☐
5.4	Im Wiki könnte ich gut asynchron mit meinem internen ETM-Betreuer zusammenarbeiten (Bloggen von Besprechungen o. ä.)	☐	☐	☐	☐	☐
5.5	Im Wiki könnte ich gut asynchron mit meinem externen Betreuer an der Uni/FH zusammenarbeiten (Bloggen von Besprechungen o. ä.)	☐	☐	☐	☐	☐
5.6	Bemerkungen 					



Befragung verschicken

Einträge zurücksetzen

B Materialien zur Hauptstudie

B.1 Foliensatz für die Akquise von Teilnehmern an der Wiki-Analyse



Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich

Motivation

- Viele Unternehmen nutzen inzwischen Social Software, z.B. Wikis
- Instrumente, die unternehmensinterne Wiki-Arbeit analysieren, gibt es bisher allerdings nur wenige. Wichtige Fragen sind daher meist noch unbeantwortet, z.B.:
 - Wie dynamisch entwickelt sich unser Wiki?
 - Inwiefern findet Zusammenarbeit im Wiki statt?
 - Welche Wiki-Funktionen werden wie intensiv genutzt?
 - Wie gut gelingt die Abgrenzung zu anderen Kommunikationsmedien?
 - Wie stark sind die Wiki-Artikel untereinander und nach außen verlinkt?
 - Wie können wir unser Wiki methodisch weiterentwickeln?



Bildquelle: http://commons.wikimedia.org/wiki/Image:HNL_Wiki_Bus.jpg, lizenziert unter Creative Commons Attribution ShareAlike 2.0

2 Vertraulich | DS/ETM2-Warta | 04.03.2008 | 883-973 | © Robert Bosch GmbH 2008. Alle Rechte vorbehalten, auch bzgl. jeder Verfügung, Vervielfältigung, Reproduktion, Bearbeitung, Weitergabe sowie für den Fall von Schutzrechtsanmeldungen.

 **BOSCH**

Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich

Ziele

- Zusammen mit Partnern möchten wir unsere Wikis vergleichend quantitativ und qualitativ analysieren.
- Die Ergebnisse wollen wir in einem Workshop diskutieren und dabei „Lessons Learned“ ausarbeiten.
- Als Ergebnis erwarten wir eine fundierte Bestandsaufnahme der jeweiligen bisherigen Wiki-Aktivitäten und konkrete Hinweise für Verbesserungspotential.

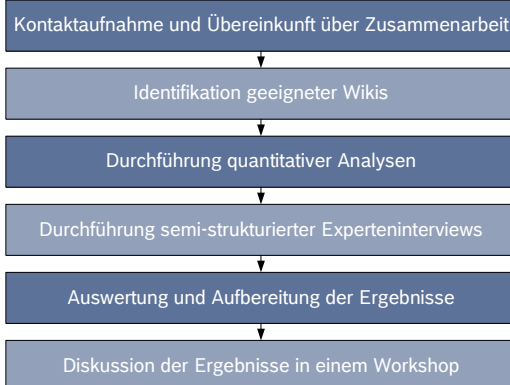
3

Vertraulich | D5/ETM2-Warta | 04.03.2008 | 883-973 | © Robert Bosch GmbH 2008. Alle Rechte vorbehalten, auch bzgl. jeder Verfügung, Vervielfältigung, Reproduktion, Bearbeitung, Weitergabe sowie für den Fall von Schutzrechtsanmeldungen.

**BOSCH**

Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich

Vorgehen



4

Vertraulich | D5/ETM2-Warta | 04.03.2008 | 883-973 | © Robert Bosch GmbH 2008. Alle Rechte vorbehalten, auch bzgl. jeder Verfügung, Vervielfältigung, Reproduktion, Bearbeitung, Weitergabe sowie für den Fall von Schutzrechtsanmeldungen.

**BOSCH**

Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich

Rahmenbedingungen

- Projekt findet im Rahmen einer Promotion bei Robert Bosch statt und wird dort von zwei Diplomanden unterstützt
- Zeitraum: 04/2008 – 09/2008
- Analysiert werden können Confluence und MediaWiki
- Begleitend ist eine Publikation in der Zeitschrift „wissensmanagement“ (Heft 5/2008) geplant
- Partner erhalten nach Projektabschluss ihre aufbereiteten Daten und das Analyseinstrument

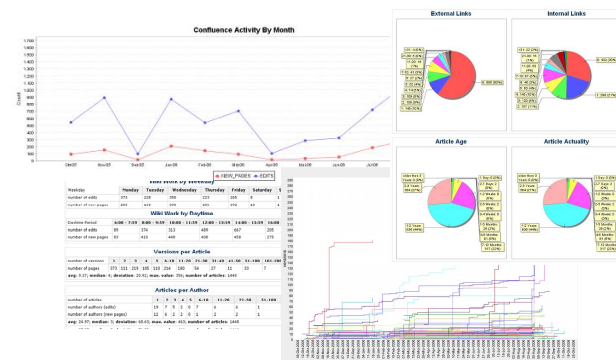
5

Vertraulich | D5/ETM2-Warta | 04.03.2008 | 883-973 | © Robert Bosch GmbH 2008. Alle Rechte vorbehalten, auch bzgl. jeder Verfügung, Vervielfältigung, Reproduktion, Bearbeitung, Weitergabe sowie für den Fall von Schutzrechtsanmeldungen.


BOSCH

Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich

Beispiel-Screenshots vom Analyseinstrument



6

Vertraulich | D5/ETM2-Warta | 04.03.2008 | 883-973 | © Robert Bosch GmbH 2008. Alle Rechte vorbehalten, auch bzgl. jeder Verfügung, Vervielfältigung, Reproduktion, Bearbeitung, Weitergabe sowie für den Fall von Schutzrechtsanmeldungen.


BOSCH

Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich

Kontakt

Alexander Warta

Robert Bosch GmbH
Diesel Systems, Engineering Test Methods (DS/ETM2)
Postfach 30 02 20
70442 Stuttgart
www.bosch.com

Tel. +49 711 811-30554
Fax +49 711 811-45934
alexander.warta@de.bosch.com

7

Vertraulich | DS/ETM2-Warta | 04.03.2008 | 883-973 | © Robert Bosch GmbH 2008. Alle Rechte vorbehalten, auch bzgl. jeder Verfügung, Vervielfältigung, Reproduktion, Bearbeitung, Weitergabe sowie für den Fall von Schutzrechtsanmeldungen.

 **BOSCH**

B.2 European Benchmarking Code of Conduct der EFQM

Auf den folgenden Seiten kann der „European Benchmarking Code of Conduct“ der European Foundation for Quality Management nachgelesen werden. Dieser Code war eine Möglichkeit, die Zusammenarbeit mit externen Partnern zu regeln.



European Benchmarking Code of Conduct

Introduction

Benchmarking – the process of identifying and learning from Good Practices in other organisations – is a powerful tool in the quest for continuous improvement and performance breakthroughs. The authors and sponsors have produced this European Code of Conduct to guide Benchmarking encounters and to advance the professionalism and effectiveness of Benchmarking in Europe.

It is based upon the Code of Conduct used by APQC and the wording has been modified to take into account the requirements of competition law. The layout and presentation have also been modified to provide a more positive chronological approach.

Adherence to this Code will contribute to efficient, effective and ethical Benchmarking.

I. Principle of Preparation

- I.1 Demonstrate commitment to the efficiency and effectiveness of Benchmarking by being prepared prior to making an initial Benchmarking contact.
- I.2 Make the most of your Benchmarking partner's time by being fully prepared for each exchange.
- I.3 Help your Benchmarking partners prepare by providing them with a questionnaire and agenda prior to Benchmarking visits.
- I.4 Before any Benchmarking contacts, especially the sending of questionnaires, take legal advice.



2. Principle of Contact

- 2.1 Respect the corporate culture of partner organisations and work within mutually agreed procedures.
- 2.2 Use Benchmarking contacts designated by the partner organisation if that is its preferred procedure.
- 2.3 Agree with the designated Benchmarking contact how communication or responsibility is to be delegated in the course of the Benchmarking exercise. Check mutual understanding.
- 2.4 Obtain an individual's permission before providing his/her name in response to a contact request.
- 2.5 Avoid communicating a contact's name in an open forum without the contact's prior permission.

3. Principle of Exchange

- 3.1 Be willing to provide the same type and level of information that you request from your Benchmarking partner, provided that the principle of legality is observed.
- 3.2 Communicate fully and early in the relationship to clarify expectations, avoid misunderstanding, and establish mutual interest in the Benchmarking exchange.
- 3.3 Be honest, complete and timely with information submitted.

4. Principle of Confidentiality

- 4.1 Treat Benchmarking **findings** as confidential to the individuals and organisations involved. Such information must not be communicated to third parties without the prior consent of the Benchmarking partner who shared the information. When seeking prior consent, make sure that you specify clearly what information is to be shared, and with whom.
- 4.2 An organisation's **participation** in a study is confidential and should not be communicated externally without their prior permission.



5. Principle of Use

- 5.1 Use information obtained through Benchmarking only for purposes stated to and agreed with the Benchmarking partner.
- 5.2 The use of communication of a Benchmarking partner's name with the data obtained or the practices observed requires the prior permission of that partner.
- 5.3 Contact lists or other contact information provided by Benchmarking networks in any form may not be used for purposes other than Benchmarking.

6. Principle of Legality

- 6.1 Take legal advice before launching any activity.
- 6.2 Avoid discussions or actions that could lead to or imply an interest in restraint of trade, market and/or customer allocation schemes, price fixing, dealing arrangements, bid rigging or bribery. Do not discuss costs with competitors if costs are an element of pricing. Do not exchange forecasts or other information about future commercial intentions.
- 6.3 Refrain from the acquisition of information by any means that could be interpreted as improper, including the breach, or inducement of a breach, of any duty to maintain confidentiality.
- 6.4 Do not discuss disclose or use any confidential information that may have been obtained through improper means, or that was disclosed by another in violation of a duty of confidentiality.
- 6.5 Do not, as a consultant, client or otherwise pass on Benchmarking findings to another organisation without first getting the permission of your Benchmarking partner and without first ensuring that the data is appropriately 'blinded' and anonymous so that the participants' identity are protected.



7. Principle of Completion

- 7.1 Follow through with each commitment made to your Benchmarking partner in a timely manner.
- 7.2 Complete a benchmarking effort to the satisfaction of all benchmarking partners as mutually agreed.

8. Principle of Understanding and Agreement

- 8.1 Understand how your Benchmarking partner would like to be treated, and treat him/her in that way.
- 8.2 Agree how your partner expects you to use the information provided, and do not use it in any way that would break that agreement.

9. Benchmarking with Competitors

The following guidelines apply to Benchmarking with both actual and potential competitors:

- In Benchmarking with actual or potential competitors, ensure compliance with competition law. Always take legal advice before benchmarking contact with actual or potential competitors and throughout the benchmarking process. If uncomfortable, do not proceed. Alternatively, negotiate and sign a specific non-disclosure agreement that will satisfy the legal counsel representing each partner.
- Do not ask competitors for sensitive data or cause the Benchmarking partner to feel he/she must provide such data to keep the process going.
- Do not ask competitors for data outside the agreed scope of the study.
- Consider using an experienced and reputable third party to assemble and 'blind' competitive data.
- Any information obtained from a benchmarking partner should be treated as internal, privileged communication. If "confidential" or proprietary material is to be exchanged, then a specific agreement should be executed to specify the content of the material that needs to be protected, the duration of the period of protection, the conditions for permitting access to the material, and the specific handling requirements that are necessary for that material.



Benchmarking Protocol

Benchmarkers:

- Know and abide by the European Benchmarking Code of Conduct.
- Have basic knowledge of Benchmarking and follow a Benchmarking process.
- Prior to initiating contact with potential benchmarking partners, determine what to benchmark, identify key performance variables to study, recognize superior-performing companies, and complete a rigorous self assessment.
- Prepare a questionnaire and fully developed interview guide, and share these in advance, if requested.
- Possess the authority to share and be willing to share information with benchmarking partners.
- Work through a specified contact and mutually agreed arrangements.



When the Benchmarking process proceeds to a face-to-face site visit, the following behaviours are encouraged:

- Provide meeting agenda in advance.
- Be professional, honest, courteous and prompt.
- Introduce all attendees and explain why they are present.
- Adhere to the agenda.
- Use language that is universal, do not use jargon.
- Be sure that neither party is sharing proprietary or confidential information unless prior approval has been obtained by both parties, from the proper authority.
- Share information about your own process, and if asked, consider sharing study results.
- Offer to facilitate a future reciprocal visit.
- Conclude meetings and visits on schedule.
- Thank your Benchmarking partner for sharing his/her process.

Important notice:

This Code of Conduct is not a legally binding document. Though all due care has been taken in its preparation, the authors and sponsors will not be held responsible for any legal or other action resulting directly or indirectly from adherence to this Code of Conduct. It is for guidance only and does not imply protection or immunity from the law.

B.3 Robert Bosch Confidentiality Agreement

Die zweite Möglichkeit, die Zusammenarbeit mit externen Partnern zu regeln, bestand in der gegenseitigen Unterzeichnung des „Robert Bosch Confidentiality Agreement“, welches auf den folgenden Seiten eingesehen werden kann. Der wichtigste Unterschied zum o.g. „European Benchmarking Code of Conduct“ besteht darin, dass das Confidentiality Agreement rechtlich bindend ist. In einem Fall wurde aus organisatorischen Gründen auch das „Non Disclosure Agreement“ eines externen Partners genutzt – wesentliche Unterschiede zum „Robert Bosch Confidentiality Agreement“ wies dieses allerdings nicht auf.

CONFIDENTIALITY AGREEMENT

between

Robert Bosch GmbH
P. O. Box 10 60 50
70049 Stuttgart
Federal Republic of Germany

and

[full name/s and addresses]
[of the other contract Party/Parties]

- hereinafter jointly referred to as "Parties" or individually as "Party" -

PREAMBLE

The Parties intend to enter into discussions regarding [precise designation of the project].

The Parties therefore agree as follows:

1. EXCHANGE OF INFORMATION

During the term of this Agreement the Parties intend to exchange commercial and technical information (drawings, measuring results, experiences, samples, etc.) relating to the subject mentioned in the Preamble ("Information").

2. CONFIDENTIALITY

- 2.1 Either Party shall use Information received from the disclosing Party solely for the purpose of the intended cooperation and shall keep it confidential, i. e. shall not disclose it to third parties, directly or indirectly, orally or in writing or in any other way, shall not disassemble, decompile or translate software received hereunder into any other kind of code, and shall not open or disassemble samples received hereunder, except when expressly authorized in writing by the Party from which such Informa-

tion has been obtained. The Party providing the Information retains all rights (including copyright and the right to apply for industrial property rights, such as patents, utility models, mask work protection etc.).

2.2 Either Party shall use the same degree of care as used in its own comparable affairs to keep confidential all Information received hereunder. The obligation to keep confidential according to Article 2.1 shall not or no longer apply to Information for which evidence has been furnished that it

- was publicly known at the time of disclosure or, through no wrongful act of the receiving Party, became publicly known thereafter, or
- had already been known to the receiving Party prior to such disclosure or was after such disclosure lawfully obtained from a third party without any obligation to keep confidential, or
- has been or is being developed by the receiving Party independent of any such Information disclosed by the other Party.

2.3 Either Party shall - upon request of the disclosing Party - return to the disclosing Party or destroy without delay all written or otherwise recorded Information (including copies, if any) and samples obtained from such Party. The receiving Party shall confirm such destruction in writing. The return may be requested at any time during the term of this Agreement and up to but not later than three (3) months after its expiration. The obligation to return copies of Information shall not apply to copies the receiving Party retains for the purpose of evidencing the content and course of the discussions.

2.4 For personal data, each Party shall comply with the regulations of privacy legislation and shall take required technical and organizational measures to protect such data, for example, but not limited to, against unauthorized access, unauthorized modification or passing on, in particular in case of transmission of such data in a network.

3. RIGHTS, WARRANTY, LIABILITY

3.1 No title, license, copyright or any other rights are granted expressly or implied under this Agreement and by the exchange of Information regardless whether or not covered by industrial property rights.

In case one Party is interested in the acquisition of a respective license, this shall be subject to a separate agreement.

- 3.2 Nothing in this Agreement constitutes, implied or expressly, any representation or warranty by the disclosing Party regarding completeness, faultlessness, merchantability, fitness for any purpose, or freedom of third parties' rights of the Information made accessible hereunder. Likewise, by virtue of this Agreement the disclosing Party assumes no liability for any damages incurred by the receiving Party, or any third party, as a consequence of receipt of Information hereunder, unless expressly stipulated otherwise by compulsory law.

4. TERM

This Agreement shall become effective when duly signed by all Parties on [start date] and shall expire on [end date]. The Parties may prolong the term of this Agreement by mutual agreement in writing.

The obligation to keep Information confidential shall terminate five years after expiration of this Agreement.

5. MODIFICATIONS AND SUPPLEMENTS

Modifications and supplements to this Agreement - including this Section 5 - shall be in writing and duly signed by all Parties to become legally binding.

6. ARBITRATION

All disputes arising under this Agreement, including those that may evolve from the question of its coming into effect as well as those that originate from the Agreement after its termination, shall be finally settled by a Court of Arbitration to be convened at Stuttgart applying German law but excluding the conflict of law regulations. The Court of Arbitration shall consist of three (3) arbitrators. The chairman of the Court of Arbitration shall be a fully qualified lawyer. The Court of Arbitration shall act on the basis of the Rules of Arbitration (Edition 1998) of the International Chamber of Commerce, Paris.

7. ASSOCIATED COMPANIES

Associated companies which are controlled by a Party, directly or indirectly, by more than 50 % of the voting stock or capital and which are no direct competitors to the disclosing Party shall not be considered third parties if they are bound to the same confidentiality obligations as provided for in Section 2 above with regard to Information disclosed hereunder.

Stuttgart, [date of signature]	[place],
ROBERT BOSCH GMBH	[name of company]

----- (signatures)	----- (signatures)
----- (names in printed letters)	----- (names in printed letters)

[if there are more than two contract partners please insert fields for signatures as above or delete these lines by pressing the space key]

[edited by: [DEPARTMENT, PERSON IN CHARGE, DATE]

B.4 Leitfaden zu den semi-strukturierten Experteninterviews

Mit den externen Partnern wurden nach Abschluss der Wiki-Analysen semi-strukturierte Experteninterviews geführt. Die zwölf durchgeführten Interviews gliederten sich in die Bereiche Allgemeines, Einführung, Abgrenzung, Inhalt, Reichweite, Strukturierung, Integration, Kollaboration, Qualität, Akzeptanz und Motivation sowie Resümee und Ausblick. Auf den folgenden Seiten ist beispielhaft ein leerer Leitfaden aufgeführt.

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – *Unternehmen* – *Datum*

Semi-strukturiertes Experteninterview

„Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“

Gesprächspartner:

Unternehmen, Standort:

Wiki-Engine:

Interviewer: Alexander Warta, Robert Bosch GmbH, Stuttgart

Ort:

Datum:

Uhrzeit:

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – *Unternehmen* – *Datum*

1 Allgemeines

1.1 Zur Person

Welche Funktion üben Sie aus?

Ausbildung?

Rolle bei Wiki-Einführung?

(Anwender, Initiator, Projekt-Mitarbeiter,...)

1.2 Allgemein

Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?

Wie viele Mitarbeiter arbeiten in Ihrem Unternehmen?

Wie viel Umsatz hat Ihr Unternehmen im letzten Jahr getätigt?

1.3 Einsatz von Social Software

Seit wann setzen Sie Wikis ein?

Welche anderen Social-Software-Anwendungen setzen Sie ein?

(Weblogs, Social Networking, Social Tagging/Bookmarking, Instant Messaging,...)

Ggf. seit wann?

Planen Sie den Einsatz weiterer Social-Software-Anwendungen?

Ggf. welcher?

Ggf. wann?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – Unternehmen – Datum

2 Einführung

2.1 Wer hat das Wiki initiiert?

Wie lief das ab?

2.2 Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihren Wikis?

Haben Sie diese Ziele erreicht?

2.3 Warum haben Sie sich für die Wiki-Software „Confluence“/„MediaWiki“ entschieden?

2.4 Fand die Einführung eher „bottom-up“ oder „top down“ statt?

(Stellenwert des Wikis bei der Unternehmensführung)

Begründung?

2.5 Wie wurde die Einführung kommuniziert?

2.6 Fanden Schulungen statt?

Ggf. Begründung?

Wie liefen diese Schulungen ab?

Hat sich dieses Vorgehen für Sie bewährt?

Warum (nicht)?

2.7 Ist Schulungsmaterial online verfügbar?

Warum (nicht)?

Ggf. in multimedialer Form?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – Unternehmen – Datum

3 Abgrenzung

3.1 Gibt es für Sie Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen?

Ggf. Welche?

(z. B. F2F-Besprechung, E-Mail, Intranet, Web Conferencing, Fileserver, Collaboration Rooms, Foren, Chats,...)?

Bitte versuchen Sie ggf., diese Medien in eine Reihenfolge zu bringen (sehr starke – sehr schwache Konkurrenz)

3.2 Sehen Sie die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit als problematisch an?

(z.B. Single Source Prinzip)

3.3 Gibt es in Ihrem Unternehmen Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen?

Ggf. haben diese Richtlinien verbindlichen Charakter?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – Unternehmen – Datum

4 Inhalt

4.1 Welche Unternehmensbereiche sind in Ihrem Wiki vertreten? (Forschung&Entwicklung, Einkauf, Vertrieb, Marketing, Personal, Produktion,...)

Ggf. welche sind nicht vertreten? Begründung?

Ggf. welche könnten kurz- oder mittelfristig noch hinzukommen?

Ggf. welche werden auch langfristig nicht dazukommen? Begründung?

4.2 Welche Inhaltstypen sind in Ihrem Wiki vertreten?

(z.B. FAQ, Glossar, Fachartikel, Protokoll, Brainstorming, Dokumentation,...)

4.3 Welche Inhaltstypen halten Sie außerdem noch für denkbar?

Begründung?

4.4 Welche Inhaltstypen halten Sie für grundsätzlich ungeeignet?

Begründung?

4.5 Haben Sie Ihr Wiki vor dem „Go live“ mit Inhalten befüllt?

Begründung?

Ggf. mit welchen Inhaltstypen?

Ggf. von wem?

(Feste Mitarbeiter, Studenten, Praktikanten, Azubis,...)

Ggf. in welchem Umfang/Zeitraum?

Ggf. wie bewerten Sie dieses Vorgehen im nach hinein?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – Unternehmen – Datum

5 Reichweite

5.1 Welche Reichweite hat Ihr Wiki?

(Abteilungs-/projektintern, unternehmensintern, unternehmensübergreifend, öffentlich)

5.2 Können Sie sich vorstellen, Ihr Wiki oder Teile Ihres Wikis für Externe zu öffnen?

(Kunden, Lieferanten, Anteilseigner, Wettbewerber, Hochschulen, Dienstleister,...

→ Crowdsourcing)

5.3 Für welche Externen würden Sie Ihr Wiki am ehesten – am wenigsten öffnen?

Begründung?

5.4 Haben Sie schon Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis gesammelt, die Ihr Unternehmen anbietet?

Ggf. welche?

5.5 Kennen Sie Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben?

Ggf. könnte sich das in Zukunft verstärken?

5.6 Arbeiten Ihre Anwender insgesamt räumlich verteilt im Wiki?

(Trifft voll zu...trifft nicht zu)

5.7 Wie viele Sprachen sind in Ihrem Wiki vertreten?

Ggf. warum konzentrieren Sie sich nicht nur auf eine Sprache?

Wie gewährleisten Sie Konsistenz?

Ist es für Sie denkbar, dass es langfristig in Ihrem Wiki überwiegend englischsprachige Inhalte gibt?

Erwägen Sie den Einsatz von Übersetzern?

(Bevorzugen Sie hierfür Menschen oder Übersetzungssoftware? Begründung?)

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – *Unternehmen* – *Datum*

6 Strukturierung

6.1 Strukturieren Sie Ihr Wiki?

(z. B. Templates, Tags, Baumstruktur)

Begründung?

Ggf. wie läuft das ab?

6.2 Haben Sie spezielle Wiki-Rollen definiert?

(z.B. Wiki-Gärtner, Moderatoren,...)

Ggf. haben Sie diese explizit Anwendern zugewiesen?

Ggf. wie lief das ab?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – Unternehmen – Datum

7 Integration

7.1 Welcher Bereich verantwortet in Ihrem Unternehmen das Wiki methodisch?

7.2 Zu welchen Systemen hat Ihr Wiki Schnittstellen?

(E-Mail, RSS-Feeds, Intranet, Extranet, Fileserver, Collaboration Room, Suchmaschine,...)

Ggf. welche Schnittstellen sind sehr wichtig – bis unwichtig?

Welche Schnittstellen würden Sie sich darüber hinaus noch wünschen?

7.3 Haben Sie Ihr Wiki explizit in den Arbeitsalltag integriert?

(z. B. Mitarbeitergespräche)

Ggf. Begründung?

Ggf. wie lief das ab?

Ggf. hat sich das bewährt?

7.3 Wie intensiv wird das Wiki von Ihren Mitarbeitern insgesamt genutzt?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – *Unternehmen* – *Datum*

8 Kollaboration

8.1 Geben Sie eine „Wikiquette“ vor?

8.2 Lief die Kollaboration eigenständig ab?

Ggf. waren Eingriffe von Moderatoren nötig?

Ggf. wie lief das ab?

Ggf. wie oft?

8.3 Findet Kollaboration eher symmetrisch oder eher asymmetrisch statt?
(zwischen Fachbieten / Professionen oder innerhalb einzelner Fachgebiete)

Wie stark ist für Sie die (A-)Symmetrie ausgeprägt?

Was sind hierfür Ihrer Meinung nach die Gründe?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – Unternehmen – Datum

9 Qualität

9.1 Wie beurteilen Sie den Reifegrad Ihrer Wiki-Inhalte allgemein?

9.2 Welche Herausforderung ist Ihrer Meinung nach größer: bestehende Inhalte zu verbessern oder neue Inhalte zu ergänzen?

9.3 Was zeichnet für Sie einen qualitativ hochwertigen Artikel aus?

9.4 Nutzen Sie in Ihrem Wiki ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel?

Ggf. Begründung?

Ggf. würde es für Sie Sinn machen, ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel zu integrieren?

Ggf. wie müsste ein solches Bewertungssystem aussehen?

Wäre ein solches Bewertungssystem eher motivationsfördernd oder –senkend?

9.5 Ist in Ihren Wikis langfristig Proliferation („Wucherung“) ein Problem?

9.6 Nutzen Sie Automatismen (Bots), um Ihre Wiki-Inhalte zu verbessern?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – Unternehmen – Datum

10 Akzeptanz und Motivation

10.1 Wie schätzen Sie die Akzeptanz des Wikis unter Ihren Mitarbeitern insgesamt ein?

10.2 Nutzen Sie Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern?

10.3 Was motiviert Ihre Mitarbeiter zur Wiki-Arbeit?

Semi-strukturiertes Experteninterview „Wiki-Analyse im Unternehmensvergleich“ – Unternehmen – Datum

11 Resümee und Ausblick

11.1 Sind Sie generell mit dem Einsatz Ihrer Wikis zufrieden?

Gibt es Verbesserungspotential? Ggf. welches?

11.2 Traten Schwierigkeiten bei der Nutzung auf?

11.3 Welche Auswirkungen hat die Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung in ihrem Hause?

11.4 Welche Erwartungen hatten Sie vor der Wiki-Einführung?

Wurden diese erfüllt?

11.5 Welches sind für Sie die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis?

11.5 Hat die Wiki-Einführung Ihre Unternehmenskultur beeinflusst?

11.6 Entwickeln Sie selbst Erweiterungen für Ihre Wiki-Software?

11.7 In welche Richtung werden sich Unternehmenswikis Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren entwickeln?

B.5 Inhalte der semi-strukturierten Experteninterviews

B.5.1 Unternehmen C

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Unternehmen C ist im Online Merchandising tätig und hat mehrere hundert Mitarbeiter weltweit, v.a. in Deutschland, Polen und den USA. Daneben gibt es Länderbüros, z.B. in Frankreich und Irland. Das Durchschnittsalter der Belegschaft liegt knapp unter 30 Jahren. Der Umsatz des Unternehmens wird nicht veröffentlicht (1.2).

Seit ca. 2005 werden Wikis eingesetzt. An weiterer Social Software finden „externe Blogs zur Vermittlung von Produktinfos und zur Imagepflege für Kunden und Partner“ Verwendung (1.3). Es gibt

„interne Blogs, personalisiert für jeden Mitarbeiter – nicht in Confluence integriert, dies wäre aber wünschenswert. Es werden z.B. neue Kollegen im Blog vorgestellt und informelle interne Informationen gestreut, beispielsweise Ankündigung von Kooperationen, Reaktion von CEO auf Gerüchte. Blogs werden nicht von allen gelebt, daher gibt es parallel einen monatlichen Newsletter. Außerdem werden Skype bzw. Instant Messaging genutzt und es gibt einen Unternehmensaccount bei Flickr. Die Nutzung aller genannten Anwendungen ist freiwillig. Früher gab es ein internes Forum, das aber kaum genutzt und daher wieder geschlossen wurde. Ein externes Forum, das schon länger im Einsatz ist, gibt es noch. Abteilungsweit werden gemeinsame Linklisten gepflegt (kein Social Tagging).“ (1.3)

Die Blogs kamen nach dem Wiki zum Einsatz. Das interne Blog gibt es seit ca. 2 Jahren. Momentan ist nicht geplant, weitere Social-Software-Anwendungen einzusetzen (1.3).

In Unternehmen C wurden zwei Wiki-Verantwortliche interviewt. Sie arbeiten beide als Software-Entwickler, N. ist Diplom-Informatiker, M. ist Auszubildende zur Fachinformatikerin.

N. war Projekt-Mitarbeiter bei der Wiki-Einführung, seine Aufgaben waren:

„Gestaltung der Struktur der einzelnen Wikis, ‚Werbung‘ für das Wiki innerhalb des Unternehmens, Vorstellung des Wikis auf einer Vollversammlung. Insgesamt arbeiteten 5 Personen am Projekt mit.“ (1.1)

Seine Kollegin M.

„war verantwortlich für den Export des Vorgängersystems MediaWiki und die Migration nach Confluence. Das MediaWiki gab es insgesamt ca. 2 Jahre bis

zum Sommer 2007. Der offizielle Start von Confluence war im Oktober 2007.

Gründe für die Migration:

- Fehlende Struktur (Hierarchie)
- Suchfunktion unbrauchbar
- Wiki sollte zur zentralen Anlaufstelle für jegliche Information im Unternehmen ausgebaut werden (z.B. auch als Mitarbeiterverzeichnis dienen): „alle Infos im Wiki“ (1.1)

Einführung Die Wiki-Einführung lief folgendermaßen ab, nachdem es allgemeine Unzufriedenheit mit MediaWiki gab (s.o.):

„Die Initiative ging von der IT aus und wurde von der Führungsebene unterstützt – allerdings sind die Hierarchien im Unternehmen ohnehin sehr flach. Der Vice President Engineering entschied pragmatisch und kurzfristig, dass Confluence eingeführt würde.“ (2.1)

Ziel der Wiki-Einführung war die „Schaffung einer zentralen Anlaufstation für Informationen.“ (2.2)

Die Entscheidung für die Wiki-Software fiel auf Confluence, da bereits der „Issue Tracker“ JIRA¹ eingesetzt wurde und „gut in Confluence integriert werden“ konnte. In diesem Zusammenhang wurde bemerkt:

„Confluence wurde gut angenommen. Nur eine Minderheit – auch in der IT – nutzt das Markup. Die Möglichkeit, Wiki-Artikel abschnittsweise zu editieren² wird vermisst. Der Bereich ‚Brand & Communication‘ ist neben der IT besonders Wiki-affin. Der interne Newsletter wird innerhalb eines Wiki-Artikels entwickelt und über ein im Unternehmen programmiertes Makro als PDF verschickt.“ (2.3)

Zur Frage, ob die Wiki-Einführung eher „top-down“ oder „bottom-up“ stattfanden, äußerten N. und M.:

„Die Entscheidung zur Wiki-Einführung fiel innerhalb der Unternehmensführung, es gab zuvor aber Diskussionen. Das Wiki genießt bei der Unternehmensführung einen hohen Stellenwert, es ist mehr als ein Experiment. Das Wiki ist das einzige Dokumentationsmedium. Insbesondere in großen Projekten wird nicht mit Microsoft Word, sondern mittels Wiki dokumentiert.“ (2.4)

Anschließend wurde das Wiki „auf einer Vollversammlung“ von N. „vorgestellt und beworben“. (2.5) Zum Thema Schulungen berichteten N. und M.: „In jeder Abteilung fand ein Einführungstraining statt – Schulungen wurden schon früh geplant. Im internen Blog wurden immer wieder nützliche Funktionen präsentiert, z.B. verschiedene Makros oder der

¹JIRA stammt ebenso wie Confluence vom Software-Hersteller Atlassian, vgl. <http://www.atlassian.com>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

²Diese Funktionalität bietet die zuvor eingesetzte Wiki-Software MediaWiki.

RSS Feed.“ Schulungen wurden als notwendig angesehen³ und hätten sich bewährt (2.6). Zum Schulungsablauf:

„Nach den initialen Schulungen bietet M. immer dann eine neue Schulung an, wenn wieder einige neue Kollegen zusammen gekommen sind. Es gibt für die Schulungen keine offiziell Verantwortlichen, sie werden zwischen IT und HR abgestimmt und geplant.“ (2.6)

Außerdem ist Schulungsmaterial online verfügbar: „Es gibt im Wiki ein kurzes ‚How to‘ und eine Präsentation, in der das Wiki vorgestellt wird. Daneben kann das Wiki in einem ‚Playground Space‘ ausprobiert werden.“ (2.6)

Abgrenzung N. und M. sehen das Problem der Abgrenzung vom Wiki zu anderen Kommunikationsmedien als eher gering an:

„Es gibt kein ‚klassisches‘ Intranet, das Wiki fungiert als Intranet. In der IT wird das Wiki ‚sehr stringent‘ genutzt und es werden keine Abgrenzungsprobleme gesehen. Das Blog ist tagesaktuell, im Wiki geht es eher um langfristig wichtige Themen. Microsoft PowerPoint wird vereinzelt als Bildbearbeitungsprogramm benutzt. Evtl. bestehen in anderen Abteilungen eher Abgrenzungsprobleme, v.a. zu PowerPoint.“ (3.1)

Ob die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit als problematisch angesehen wird (z.B. Single-Source-Prinzip), ist für N. und M. schwierig zu beantworten. Wiki-Artikel würden auch weiterhin noch F2F weiterentwickelt⁴ (3.2). Im Unternehmen gibt es keine Richtlinien dazu, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo zu dokumentieren sind: „Es sollte mal ein ‚Styleguide‘ ausgearbeitet werden, dies stellte sich aber nicht als nötig heraus.“ (3.3)

Inhalt Sämtliche Unternehmensbereiche sind im Wiki vertreten (4.1), zu den vorhandenen Inhaltstypen (z.B. FAQ, Glossar, Fachartikel, Protokoll, Brainstorming, Dokumentation,...) äußern N. und M.:

„FAQ weniger, für den Glossar gibt es ein eigenes Wiki. Es gibt Meeting-Protokolle, (auch persönliche) Brainstorming-Artikel und v.a. Dokumentationen. Projektmanagement wird in Verbindung mit dem Issue Tracker JIRA unterstützt. Für Projekte gibt es eigens ausgefüllte Templates für Confluence mit JIRA-Links (Ticket IDs). Übersichtsreports über Projekte werden in Confluence eingeblendet. Früher wurden sogar Gantt-Charts erstellt, stellte sich aber als unnötig aufwendig heraus.“ (4.2)

³An dieser Stelle wurde angemerkt: „Die Möglichkeit in Confluence, explizite Schreib- und Leserechte zu vergeben, war kein Grund für die Auswahl. Das Wiki wird weiterhin sehr ‚liberal‘ genutzt. Es ist nur ein Fall bekannt, dass eine Seite einmal versehentlich gelöscht wurde.“

⁴Vom Unternehmen wurde ein Plugin geschrieben, mit dessen Hilfe man anderen Benutzern Artikel auf die ‚watch-list‘ setzen konnte.

Als weiterer Inhaltstyp ist für N. und M. eine Bibliothek denkbar: die Aufnahme von Büchern mit ISBN, Autor mittels Templates (4.3). Zu grundsätzlich ungeeigneten Inhaltstypen wurde folgende Anmerkung gemacht:

„Mit ‚Gliffy‘⁵ wurde ein Plugin für Zeichnungen (z.B. Ablaufdiagramme) installiert – dies wird aber selten genutzt. Mit ‚Gliffy‘ könnten im Wiki Grafiken editiert werden. Die Daten können allerdings schlecht aus dem Wiki exportiert werden. Die verhaltene Nutzung könnte auch in der Umsetzung des Plugins begründet sein.“ (4.4)

Da es vor dem Confluence Wiki bereits ein MediaWiki gab, war die Vorbefüllung für Unternehmen C ein Thema:

„Via Migration vom vorherigen MediaWiki (s.o.) gab es eine Vorbefüllung. Es wurden nicht die kompletten Inhalte migriert. Die jeweils betroffenen Abteilungen mussten entscheiden, was neu bzw. veraltet ist. Das MediaWiki ist weiterhin im read-only-Modus verfügbar.“

Reichweite Zur Reichweite des Wikis (z.B. Abteilungs-/projektintern, unternehmensintern, unternehmensübergreifend, öffentlich) erläuterten N. und M., dass unternehmensintern jeder Mitarbeiter überall lesen dürfe, aber nicht schreiben. Ausnahme sei der Vorstand, welcher in einem Wiki einen eigenen Bereich mit exklusiven Leserechten habe. Es sei diskutiert worden, den Issue Tracker JIRA unternehmensübergreifend zu nutzen bzw. ihn öffentlich zugänglich zu machen. Bisher sei aber weder JIRA noch das Wiki unternehmensübergreifend oder gar öffentlich zugänglich. (5.1)

Im Unternehmen gebe es momentan keine konkreten Vorstellungen, das Wiki für Externe zu öffnen (z.B. für Kunden, Lieferanten, Anteilseigner, Wettbewerber, Hochschulen, Dienstleister,... – im Sinne von „Crowdsourcing“) (5.2). N. und M. haben bisher „weniger“ Erfahrungen mit öffentlichen oder teilöffentlichen Wikis gesammelt, die ihr Unternehmen anbietet:

„[...] Allerdings wird diskutiert, Kunden die Dokumentation zur neuen API der Developer Plattform⁶ in einem eigenen Wiki anzubieten.“ (5.4)

N. und ein weiterer Mitarbeiter des Unternehmens haben kürzlich den letzten Programmierwettbewerb „Codegeist“⁷ des Confluence-Anbieters Atlassian gewonnen – mit einem „Workflow Plugin ohne Workflow“⁸.

Es kommt aber vor, dass sich Kolleginnen oder Kollegen von N. und M. „lesend“

⁵Ursprung siehe auch unter <http://www.gliffy.com>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

⁶Anmerkung: die Programmierschnittstelle einer Software, die das Unternehmen C anbietet.

⁷Vgl. <http://www.atlassian.com/codegeist/>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

⁸Dieses Plugin kann zur standardisierten Inhaltsbewertung von Artikeln genutzt werden. Ähnlich wie bei „Labels“ können Status-Kategorien wie „in progress“, „approved“ oder „outdated“ vergeben werden. Der Status muss aktiv gesetzt werden, explizite Workflow-Funktionen stehen nicht zur Verfügung. Das Plugin steht unter einer BSD-Lizenz frei zur Verfügung.

bei den Wikis anderer Unternehmen beteiligen – „v.a. im Rahmen von Recherchen“. (5.5)
Ob die Anwender räumlich verteilt im Wiki arbeiten, hänge von der Abteilung ab:

„[...] Bereiche wie Service oder Production arbeiten – wie bisher – auch im Wiki räumlich verteilt. Dasselbe gilt für Projektarbeit. Insbesondere zwischen [Stadt] x und [Stadt] y wird standortübergreifend gearbeitet.“ (5.6)

Die Frage, in welcher Sprache im Wiki kommuniziert werden soll, ist in Unternehmen C klar geregelt:

„Gemäß einer Unternehmenspolicy müssen Dokumentationen in Englisch verfasst sein, daher sind auch die Wiki-Inhalte größtenteils in Englisch. In kleinen Teams kann für temporäre Inhalte auch in anderen Sprachen kommuniziert werden, der Schwerpunkt liegt aber insgesamt klar auf englischen Inhalten.“ (5.7)

Schon in der gegenwärtigen Situation sind Inhalte überwiegend auf Englisch vorhanden. „Lediglich ein Glossar gibt es auf Deutsch.“ (5.7)

Strukturierung Zur Strukturierung setzt Unternehmen C verschiedene Funktionen ein:

„Für die Strukturierung werden in erster Linie Templates und die integrierte Baumstruktur genutzt – aber auch Labels. Links werden seltener verwendet. Labels werden zur Auflistung von Kindseiten und zum Filtern genutzt. Labeling geschieht auch über Templates und nicht ‚von Hand‘“. (6.1)

Der Strukturierung dienen bei Unternehmen C außerdem verschiedene Wiki-Rollen:

„Aus der IT gibt es mit den ‚Space Champions‘ eine Fünfergruppe expliziter Ansprechpartner, die den einzelnen Abteilungen zugewiesen sind. Daneben gibt es die ‚Space Owner‘, die als ‚Besitzer‘ für die einzelnen Spaces verantwortlich sind. Dies sind Abteilungsleiter, welche mit Administratorrechten ausgestattet sind, aber wenig Aufwand mit dieser Rolle haben.“ (6.2)

Integration Im diesem Abschnitt geht es um die Integration des Wikis auf verschiedenen Ebenen. Bemerkenswert ist dabei, dass der IT-Bereich das Wiki auch methodisch verantwortete und z.B. die abteilungsübergreifende Projektarbeit konzeptuell aufgearbeitet habe (7.1).

Schnittstellen weise das Wiki zu folgenden Systemen auf:

- „E-Mail und RSS Feeds. ‚Wiki als Intranet‘. Ein Firefox Search Plugin wurde eigens entwickelt.

- Schnittstelle zu SVN⁹: Auslesung von ‚commit commands‘, um die Release-Planung der eigenen Software-Plattform zu unterstützen.
- Monitoring Tools erstellen in JIRA¹⁰ Tickets, die in Confluence aufgelistet werden können.
- Dokumentation wird im Wiki aus Code generiert, ähnlich Javadoc.“
- Artikel werden über WebDAV angelegt und in großem Umfang über diese Schnittstelle verschoben – interessant, um Fileserver abzulösen. Diese Funktion wird aus technischen Gründen nicht jedem erklärt, nur ‚unter der Hand‘ weitergegeben.“ (7.2)

Darüber hinaus würden sich N. und M. „Schnittstellen zur automatisierten Erstellung von Inhalten“ (7.2) wünschen.

Bei der expliziten Integration des Wikis in den Arbeitsalltag spielen in Unternehmen C Projekte eine wichtige Rolle:

„In der Projektarbeit ist das Wiki explizit in Prozesse integriert. Projektideen werden über ein Template ins Wiki eingegeben. Projekte werden ausschließlich im Projekt-Wiki dokumentiert und verfolgt. In der Software-Entwicklung werden Release-Checklisten innerhalb von Wiki-Artikeln gepflegt.“ (7.3)

N. und M. sehen es als wichtig an, „das Wiki mit definierten Arbeitsprozessen zu verbinden“ (7.3).

Kollaboration Im Themenbereich „Kollaboration“ wurde zunächst nach der Nutzung einer „Wikiquette“ gefragt. Ein inhaltlicher ‚Styleguide‘ sei bisher allerdings nicht nötig gewesen (8.1).

Protokolle würden in Meetings direkt ins Wiki geschrieben. Die Mehrzahl der Artikel sei in Einzelarbeit entstanden. Eine Ausnahme seien die bereits erwähnten „Release-Checklisten“, die von mehreren Autoren asynchron gepflegt würden (8.2). Zur Frage, ob Kollaboration eher symmetrisch oder eher asymmetrisch statfinde – also zwischen Fachgebieten / Professionen oder innerhalb einzelner Fachgebiete – antworteten N. und M.: „Das Projekt-Wiki versammelt alle Fachgebiete bzw. Abteilungen und weist daher die größte Asymmetrie hinsichtlich der Zusammenarbeit auf.“ (8.3)

Qualität Die Frage, ob die Herausforderung, bestehende Inhalte zu verbessern, für sie größer sei als die, neue Inhalte zu ergänzen, wurde von den Interviewpartnern eindeutig beantwortet. Sie würden „lieber Neues schreiben“ als dies aus mehreren alten Artikeln zusammenzusetzen. (9.2)

Als Qualitätskriterien für Wiki-Artikel benannten N. und M.:

⁹„SVN“ steht für Subversion, eine Open-Source-Software zur Versionsverwaltung, vgl.: <http://subversion.tigris.org/features.html>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

¹⁰Eine Software zur Aufgabenverfolgung und -bearbeitung – ein sog. „Issue Tracker“ von Atlassian Software Systems, vgl.: <http://www.atlassian.com/software/jira/>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

- Aktualität,
- Relevanz: „lieber mehr Autoren als weniger“, „das erhöht den „Wahrheitsgehalt“ und man sieht: „damit wird gearbeitet“.
- Stubs: seien „eher schlecht, leere Seiten werden tendenziell ‚rausgeschmissen‘ und durch Links auf noch anzulegende Seiten ersetzt.“ (9.3.)

Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel wird von Unternehmen C nicht verwendet. Das oben erwähnte Plugin lege den Fokus „eher auf Aktualität als auf qualitative Beurteilung“. Von N. und M. wird ein Bewertungssystem „eher als motivationssenkend“ angesehen. Das o.g. Plugin werde als Auftrag an den Erstautor verstanden, Korrekturen vorzunehmen (9.4).

Die Gefahr von Wiki-Wucherung wird von N. und M. „wegen der Transparenz weniger problematisch“ gesehen. Proliferation könne eher im vorher genutzten MediaWiki problematisch sein (z.B. Seiten ohne Links). Die hierarchische Struktur im Confluence Wiki sei hilfreich: Durch diese Struktur sei die Wucherung geringer (9.5).

Automatismen bzw. Bots, um die Wiki-Qualität zu erhöhen, werden nach N. und M. nur in folgender Weise genutzt: Seiten würden automatisch aus JIRA-RSS-Feeds generiert. Filter in JIRA fänden monatsweise Anwendung für das ‚Changelog‘¹¹. Änderungen dort könnten nur mit JIRA-Ticket vorgenommen werden – besser wäre manuell (9.6).

Akzeptanz und Motivation Unternehmen C nutzt als Anreizsystem für das Wiki „nichts explizites“ (10.2). Zur Frage, was ihre Mitarbeiter zur Wiki-Arbeit motiviere, zählen die Interviewpartner auf:

- Den Single-Source-Ansatz, das Wiki ist ein „Medium, dem man vertraut“ („Suchen und Finden“).
- „Wissen teilen als Antrieb.“ (10.3)
- „Die geringe Anonymität stellt keine Motivation dar.“

Resümee und Ausblick Als entscheidende Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis nennen N. und M. „Offenheit“ und die „zentrale Erfassung von Informationen in Verbindung mit einer brauchbaren Suchmaschine“ (11.5). Zur Zukunft von Unternehmenswikis wagen N. und M. folgende Prognose: Die Integration von immer mehr Teilanwendungen in Wikis (vgl. Confluence Plugins) werde zunehmen – anstelle von „Copy & Paste“, Paradebeispiel hierfür sei die SVN-Integration (11.7).

¹¹Gemeint sind damit Plattformänderungen der von Unternehmen C entwickelten Software.

Umsetzung und Zielerreichung

N. und M. sehen das Unternehmen C „auf einem guten Weg“. (2.2)

Die Nutzung des Wikis sei „sehr unterschiedlich. Manche nutzen es nur unter Zwang [s.o. Projektprozesse], andere pflegen auch persönliche to-do-Listen in einem 'Personal Space'¹². Mit ‚Drafts‘¹³ wird viel gearbeitet. Es gibt viele Leser – These: ‚Je mehr man liest, desto eher editiert man.‘ Akzeptanz wird auch darüber erreicht, dass man das Wiki (zunächst) als ‚Werkzeug für sich selbst‘ etabliert.“ (7.4)

Die Inhalte sind nach Einschätzung von N. und M. insgesamt noch recht neu und die Informationen daher insgesamt eher von hoher Qualität. Der einzelne Autor gebe sich Mühe, da er wisse: „den Artikel lesen 5-10 Leute nach mir“. Das Wiki sei keine „große Wüste“. Noch habe es „keine großen Löschaktionen“ gegeben, da die Inhalte überwiegend jünger als ein Jahr seien (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern schätzen N. und M. „hoch bis sehr hoch“ ein. V.a. der Wechsel von MediaWiki zu Confluence habe einen „Schub bei der Wiki-Nutzung“ nach sich gezogen (10.1).

Als ein wichtiger Aspekt der Zielerreichung ist die Einschätzung von N. und M. zu werten, das Wiki sei „ein normales Arbeitsinstrument“. (10.3)

Ob sie generell mit dem Wiki-Einsatz zufrieden seien, wird von den Interviewpartnern mit einem klaren „Ja“ beantwortet. Gerade außerhalb der IT sollte aber die Mitarbeit „noch weiter erhöht werden“ (11.1). Schwierigkeiten bei der Nutzung seien keine aufgetreten (11.2).

Bei der Einschätzung der Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung im Unternehmen sind Vergleiche für die Interviewpartner schwierig. Transparenz steigere die Motivation generell, „man will etwas gut machen“: Die Qualität steigt. „Mit dem Projekt-Wiki wurden die Projekte und ihre Fortschritte transparenter: ein Controlling-Mittel, das nicht stört.“ (11.3)

Die Frage, ob die Erwartungen vor der Wiki-Einführung¹⁴ erfüllt wurden, beantworteten N. und M.: „Die Ziele – z.B. Single Source Prinzip – wurden weitgehend erreicht.“ (11.4). Auf die Frage, ob das Wiki die Unternehmenskultur beeinflusst habe, äußern N. und M. die interessante Einschätzung:

¹²Anmerkung: Ein „Personal Space“ ist bei Confluence ein separates Wiki, das jeder Benutzer individuell für seine Person nutzen kann.

¹³Anmerkung: Entwürfe in Confluence, die in einem Cache verfügbar sind, bis sie als Artikel-Version endgültig abgespeichert werden.

¹⁴N. hat nur den Wechsel von MediaWiki zu Confluence mitbekommen (11.4).

„Das Wiki passte gut zur offenen, liberalen Unternehmenskultur – diese musste sich nicht an das Wiki anpassen – und wurde schnell adaptiert. Die Einführung brachte eine Dokumentation der Prozesse mit sich.“ (11.6)

B.5.2 Unternehmen H

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Unternehmen H ist Automobil-Zulieferer mit dem Schwerpunkt Software-Entwicklung und hat deutlich über 1.000 Mitarbeiter – etwas mehr als ein Drittel arbeiten in der Tochtergesellschaft in Deutschland. 2007 wurden deutlich über € 100 Mio. Nettoumsatz („Net Sales“) erwirtschaftet (1.2).

Zur Einführung von Wikis äußern die beiden Interviewpartner: „Teilweise gab es schon im Jahr 2000 Wikis, am 11.10.2004 wurde die Migration dieser Einzelwikis in ein großes Wiki abgeschlossen.¹⁵ Wikis sind nicht die einzige Social-Software-Anwendung, es werde Microsoft Office SharePoint Server (MOSS) 2007 eingesetzt – dieser biete Social-Software-Funktionen und sei die Basis des Intranets. Es gebe außerdem einige Blogs (z.B. vom IT-Chef), die über RSS-Feeds verfolgt werden können. Diskussionsforen kämen statt Mailinglisten zum Einsatz, weil die Inhalte so für neue Mitarbeiter erhalten blieben. Das Wiki werde „als zentrales Leitmedium missbraucht“: Es gebe dort neben typischen Wiki-Inhalten auch eine Art „Blog“ und Diskussionen. Man habe sich dagegen entschieden, das Wiki-Modul in „SharePoint“ zu nutzen¹⁶, das Wiki solle „offen für alle“ sein: „je weniger Rechteverwaltung, desto weniger Abgrenzung“. Zur Einführung weiterer Social-Software-Anwendungen bemerken D. und H., dass es geplant sei, SharePoint stärker zu nutzen – aber nicht alle Funktionen. Generell sei man Neuem gegenüber aufgeschlossen und denke über die Anwendungen „Microsoft Communicator“ und „Microsoft LiveMeeting“ nach. (1.3)

In Unternehmen H wurden zwei Mitarbeiter interviewt. D. und H. arbeiten beide als Senior Software Engineers: D. ist stellvertretender Qualitäts- und Wissensmanagement-Leiter; D. ist Dipl.-Inf. (FH), H. Dipl.-Inf (Univ.)¹⁷. Sie sehen sich beide als „Generalisten“

¹⁵Rechtlich bedingt – wegen sog. „Non Disclosure Agreements“ mit Kunden – gebe es zusätzlich noch Projektwikis. Ansonsten werde versucht, möglichst nur ein Wiki zu nutzen – dort stehen auch die wichtigsten Projektinfos (1.3).

¹⁶„SharePoint würde die Vergabe von Schreib- und Lesebeschränkungen ermöglichen. In SharePoint gebe es sog. „Teamsites“, die mit unterschiedlichen Rechten versehen werden können. SharePoint würde in der finnischen Muttergesellschaft schon vor 2000 genutzt. Seit 2006 gebe es einen „Merger“ der Intranet-Anwendungen. Auch die finnischen Kollegen arbeiteten im „deutschen“ Wiki mit, zentrale Inhalte würden auf englisch bereitgestellt. Generell gehe die Richtung hin zu englischen Inhalten (1.3).

¹⁷Arbeitsgebiete beider Mitarbeiter sind: Qualitäts- und Wissensmanagement, z.T. Toolbetreuung und deren Einführung, Prozessmanagement, Quality Assurance, Prozessaudits, Querschnittsthemen allgemein. (1.1).

in einer Abteilung mit vier Personen. Initiator für das Wiki sei der Wissensmanagement-Leiter K. gewesen. Dieser habe mehrere „Kleinstwikis“¹⁸ gebündelt, es sei „Zeit zum Einsammeln“ (2.1) gewesen. Das Wiki gab es schon, als H. ins Unternehmen eingetreten ist. D. und H. gehören zu den ersten Anwendern und „Treibern“ (1.1).

Einführung Ziel der Wiki-Einführung sei gewesen, „eine gemeinsame Wissensbasis zu schaffen“, später auch: „Terminologie einzufangen“ und „Treffen auf Medium“ zu ermöglichen. V.a. sollte auch eine „transparente Projektdokumentation“ erreicht werden¹⁹. Jeder habe die Möglichkeit mitzuarbeiten. Es gebe keine Vorschriften: „Benutze es, wenn es Dir was bringt“²⁰ (2.2).

Die Wahl fiel auf die Wiki-Engine „MediaWiki“ aus folgenden Gründen:

- „Wegen des Bekanntheitsgrads der Wikipedia, andere Engines waren z.T. nicht bekannt.“
- In Projekten war diese Engine schon zuvor im Einsatz²¹.
- Eine Zugriffsbeschränkung war nicht gewünscht.
- MediaWiki wird schon lange durch die Open Source Community gepflegt, dort gibt es auch Support, diese Community liefert Infos.
- PHP ist als Programmiersprache verbreitet.
- Auch methodisch konnten Anregungen aus der Wikipedia übernommen bzw. verlinkt werden, z.B.: „Wie schreibe ich einen guten Artikel?“ (2.3)

Zur Frage, ob die Einführung des Wikis eher „top-down“ oder „bottom-up“ erfolgte, antworteten die Interviewpartner: „Ein bisschen von beidem, eher bottom-up. Ab einem gewissen Punkt muss vereinheitlicht werden.“. Zum Stellenwert des Wikis bei der Unternehmensleitung äußern H. und D., es werde als „wichtig“ angesehen. Eine „Wissenslandkarte“ gliedere das Wiki, gebe Auskunft über die Frage: „Welches Wissen ist im Unternehmen?“ Das Wiki sei ein „Instrument zur Wissensabfrage“ (2.4).

Die Wiki-Einführung bzw. -Migration wurde „auf einer Quartalsbesprechung kommuniziert. Dort wurde auch die URL zum Wiki verteilt.“ (2.5)

Begleitend fanden individuelle Schulungen statt²², außerdem gab es zum Wiki ein „Firmenkolloquium“. Die Schulungen werden „nach Bedarf“ von D. und H. abgehalten, finden „nicht regelmäßig“ statt – z.B. beim Projektstart. Das Vorwissen sei unterschiedlich.

¹⁸Diese Wikis hätten z.B. „MediaWiki“ oder „MoinMoin“ als Engine verwendet (2.1).

¹⁹„Gute, alte Projekthandbücher“ wurden durch das Wiki abgelöst, dort „verschwinden sie nicht“.

²⁰z.B. zur Erfüllung von Kundenwünschen.

²¹Zur Wiki-Historie im Unternehmen H.: „2002/2003 gab es die ersten Wikis. Im Lauf der Zeit waren insgesamt 12 Wiki-Engines im Einsatz, 2004 wurden die verschiedenen Wikis in eine Wiki-Engine überführt und 2006 wurde das Wiki firmenweit eingeführt.“ (2.3)

²²„z.B. für 8 Mitarbeiter aus dem Marketing“ (2.6)

Zusätzlich gebe es 10-15 aktive Wiki Admins, die „Promotion“ für das Wiki machten und „Kollegen inhaltlich und strukturell unterstützen“ (2.6)²³. Schulungsmaterial zum Wiki ist online verfügbar: „Folien zu den o.g. Kolloquien und ein Vortrag, den H. an der Uni zum Thema gehalten hatte, sind im Wiki verfügbar – Hilfeseiten der Wikipedia werden verlinkt“ (2.7).

Abgrenzung Für D. und H. gibt es Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen, z.B. „SharePoint Teamsites“. Unterschied zum Wiki: „sie sind dokumentenbasiert und es sei eine „feingranulare Rechtevergabe“ möglich. Damit seien die SharePoint Teamsites eine „gewollte Ergänzung“. Asynchroner Austausch²⁴ solle über beide Medien stattfinden. Microsoft Word wird als größte Konkurrenz betrachtet, wenn es um Projekthandbücher u.ä. geht (3.1).

Die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit wird nicht als problematisch angesehen. Es werde „das Konzept verfolgt, neue Mitarbeiter für die Wiki-Zusammenarbeit zu gewinnen – anstelle der Zusammenarbeit mit Microsoft Word.“ (3.2)

In Unternehmen H gibt es Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen. Diese Richtlinien haben verbindlichen Charakter: „Rechtlich relevante Dokumente – z.B. wenn mit einem Kunden ein Non-Disclosure-Agreement abgeschlossen wurde – dürfen nicht im Wiki abgelegt werden. Solche Dokumente stehen nur dem Projektteam zur Verfügung.“ (3.3)

Inhalt In Unternehmen H sind folgende Bereiche im Wiki vertreten: Forschung & Entwicklung, Vertrieb, Marketing, Personal, Qualitätsmanagement und IT²⁵. Nicht mit dem Wiki arbeitet die Rechtsabteilung: „Dort passt die Art der Zusammenarbeit weniger zur Wiki-Arbeit: Freigaben, Bedeutung von Formulierungen“ (4.1).

An Inhaltstypen sind im Wiki FAQ, Glossar, Fachartikel, Protokoll, Brainstorming, Dokumentation, insbesondere auch Projekt- und Prozessdokumentation zu finden. Darüber hinaus gebe es auch „Inhalte, die nicht unmittelbar zur Arbeit“ gehören: „Tipps zum Ausgehen u.ä. für externe Kollegen“ (4.2).

²³Zunächst habe es pro Bereich einen freiwilligen Wiki-Verantwortlichen gegeben, der über persönliche Kontakte weitere Wiki-Autoren gewonnen habe. 80% der Benutzer seien Software-Entwickler, Bereiche wie HR oder Marketing müssten „an die Hand genommen werden“. Für diese Anwender wäre wegen der „Syntax-Hürde“ ein Rich Text Editor förderlich. Dieser hätte jedoch den Nachteil, dass er zu viele Gestaltungsmöglichkeiten eröffne. Zum Wiki-Nutzen erläutern H. und D., das Wiki sei erstmalig im Projektmanagement ausprobiert, dann in andere Projekte getragen worden und habe so Akzeptanz in der Mannschaft erlangt. (2.6)

²⁴Das Unternehmen ist auch sehr daran interessiert, als Zulieferer in einem Kundenprojekt ein Wiki als unternehmensübergreifendes „Projektlog“ zu nutzen. (3.1)

²⁵Zu beachten: Inhalte werden nicht nur von, sondern auch für – andere als die genannten – Abteilungen eingestellt.

Ob es auch Inhalte gebe, die für Wikis grundsätzlich ungeeignet seien, beantworten D. und H. folgendermaßen: „Das Wiki ist ein globales Kommunikationsmittel. Es gibt kaum inhaltliche Regeln, abgesehen von denen, die für NDAs relevant sind (s.o.). Ungeeignet wären aber außerdem stark strukturierte Daten, z.B. Adressdaten.“ (4.4). Durch die Migration (s.o.) habe es laut H. und D. eine Erstbefüllung gegeben (4.5).

Reichweite Das Wiki wird in Unternehmen H unternehmensintern genutzt (5.1.). Die Interviewpartner können sich nicht vorstellen, ihr Wiki oder Teile ihres Wikis für Externe zu öffnen: „Hauptsächlich aufgrund des fehlenden Rechtesystems in der aktuellen Plattform. Aber es wäre gut denkbar, Wiki Engines unternehmensübergreifend als Mittel für die Projekt-Kollaboration zu nutzen“ (s.o.). Dieser Anwendungsfall bezieht sich damit ausdrücklich nicht auf das analysierte firmeninterne Wiki (5.2). Für Wettbewerber würde Unternehmen H sein Wiki am wenigsten öffnen. Am ehesten wäre denkbar, mit der hiesigen Universität im Wiki zusammenzuarbeiten (5.3).

Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis, die es selbst anbietet, hat Unternehmen H bisher nicht. Solche Erfahrungen würde H aber gerne sammeln (s.o.), er „ist quasi auf ‚Partnersuche‘“ bei Kunden²⁶.

D. und H. kennen keine Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben. V.a. wird in der Wikipedia mitgearbeitet. Allerdings wird Einblick in andere Firmenwikis genommen²⁷. Dies könne sich in Zukunft verstärken (5.5).

Die Anwender von H arbeiten räumlich verteilt im Wiki – „die Zusammenarbeit findet über sieben Länder hinweg statt.“ (5.6).

Es seien mindestens drei Sprachen im Wiki vertreten: Englisch, Deutsch und Finnisch²⁸. Dabei sei Englisch „Grundsprache“: Es gebe immer weniger deutsche bzw. finnische Seiten. Die Konsistenz soll wie folgt sichergestellt werden: „Sprachen werden nicht verboten, sondern Englisch wird ‚gewünscht‘ – z.B. über einen Eintrag im Kopf einer finnischen Seite.“ Schon jetzt gebe es überwiegend englischsprachige Inhalte im Wiki (5.7).

²⁶Kunden sind in diesem Fall nicht bzw. nur in geringem Umfang Endkunden. Produkte – wie Software – werden nicht unter eigenem Namen vermarktet (5.4).

²⁷Allerdings nur in die Struktur, nicht in Inhalte (5.5).

²⁸Dadurch, dass die Finnen in der Muttergesellschaft auch keine „native speaker“ seien, sei die Hürde für Deutsche, englisch zu schreiben, geringer, als wenn Muttersprachler schreiben würden (11.8).

Strukturierung Als Strukturierungselemente werden bei Unternehmen H Kategorien, Subpages und Namespaces genutzt (6.1). Auch auf Benutzer-Ebene wird laut H. und D. strukturiert:

„Es gibt ‚Wiki Admins‘²⁹, die man auch als ‚Key User‘, ‚Power User‘ oder ‚Wiki Gardener‘ bezeichnen könnte. Diese ca. 20 Mitarbeiter treffen sich wöchentlich, um sich demokratisch über z.B. neue Kategorien und neue gute Ideen zu verständigen.“ (6.2)

Integration Im Unternehmen H wird das Wiki vom Bereich Qualitätsmanagement und Wissensmanagement methodisch verantwortet (7.1).

Zu mit dem Wiki verbundenen Systemen zählen H. und D. auf:

„Genutzt werden die Schnittstellen³⁰ E-Mail, RSS-Feeds, Intranet und Internet [s.o.]. Fileserver werden via HTTP angebunden, dort darf jeder schreiben. Dokumente werden ‚vernünftig‘ via Links angebunden – sie liegen in einer zusätzlichen ‚Doc Base‘³¹. Prozessdokumentation verlinkt ‚von außen‘ aufs Wiki.“ (7.2)

Auf die Frage, ob das Unternehmenswiki explizit in den Arbeitsalltag integriert sei, antworten die Interviewpartner:

„Als Projektmanagement-Tool ist das Wiki explizit in den Arbeitsalltag integriert (Projektdokumentation). Außerdem werden ‚Best Practices‘ im Wiki dokumentiert, welche so verlinkt werden können. Darüber hinaus sind im Wiki die Organisationseinheiten dokumentiert. Diese Inhalte können bzw. sollten im Wiki zu finden sein.“

Kollaboration Im Bereich Kollaboration ging es zunächst um die Frage, ob eine „Wikiquette“ vorgegeben werde: „Es wurden die Prinzipien der Wikipedia übernommen. Es werden aber auch relevante technische Artikel vom Firmenwiki aus verlinkt, z.B. der Artikel ‚Bluetooth‘.“ (8.1). In der Kollaboration seien „am Rande“ Eingriffe durch die Wiki-Admins nötig gewesen (8.2). Die Frage, ob Kollaboration eher symmetrisch – innerhalb einzelner Fachgebiete – oder eher asymmetrisch – zwischen Fachgebieten bzw. Professionen – stattfinde, beantworteten D. und H. mit: „Beides, schwer zu beantworten“ (8.3).

²⁹Es gibt ca. 20 Admins („sysops“) – nicht jeder darf löschen. Lesen ist ohne Anmeldung möglich (11.8).

³⁰Weil der Issue Tracker JIRA eingesetzt wird, wird diskutiert, auf Confluence umzusteigen [Anmerkung: JIRA und Confluence können sehr gut integriert werden]. Dies würde aber die ‚Gefahr der Doppelarbeit‘ erhöhen und zur Abgrenzung einladen (11.8).

³¹Die „Doc Base“ werde über Vorlagenlinks angesteuert. SVG-Dateien würden mit Quelldatei angehängt, um die Grafik direkt im Code verändern zu können.

Qualität Sowohl bestehende Inhalte zu verbessern als auch neue Inhalte zu ergänzen, sei eine Herausforderung: „schwieriger ist aber eher die Pflege bestehender Inhalte.“ (9.2). Bei der Definition von Qualitätskriterien für Artikel orientieren sich die Interviewpartner an „Wikipedia Statements“: Struktur, Thema, Links, Kontaktinfos zu Ansprechpartnern gehörten dazu (9.3). Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel gebe es nur „sporadisch, über manuelle Kennzeichnungen [s.o.]“. Ein Bewertungssystem für Artikel würde die Motivation eher erhöhen als senken (9.4). Langfristig könnte „Wiki Proliferation“ ein Problem sein, dies müsse über Archivierung gelöst werden (9.5). Zur Verbesserung der Qualität würden auch Bots³² genutzt (9.6).

Akzeptanz und Motivation Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, würden von Unternehmen H eher nicht genutzt. Es wurde ein Preis für den Autor des 1000. Artikel vergeben. Weiterhin würde überlegt, einen Wettbewerb auszuschreiben für die beste „User Page“ (10.2). Die Motivation zur Mitarbeit besteht nach H. und D im „Nutzen“ der „Mitgestaltung füreinander“ (10.3).

Resumee und Ausblick Die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis sind für H. und D. die „maximale Offenheit“, das Wiki muss „offen für alle“ sein. Möglichst wenig Konkurrenzmedien – z.B. die Benutzung von Teamsites bzw. Word der ausländischen Kollegen – seien wichtig (11.5). Für die Entwicklung von Unternehmenswikis in den nächsten Jahren wagen die Befragten die Prognose, dass „Wucherung“ wie bei „alten Intranets“ ein Problem werden würde. Die Zusammenarbeit mit Kunden über Wiki werde zum Thema werden. Archivierungsmechanismen über längere Zeiträume (mehr als 10 Jahre) müssten gefunden werden (11.7).

Umsetzung und Zielerreichung

Zur Zielerreichung bemerken D. und H.: „Erste Ziele, v.a. die Beteiligung, wurden weit übertroffen. Es gibt kontinuierlich neue Ziele, z.B. die Verbesserung des Terminologiemanagements – evtl. mit Hilfe des Wiki?“ (2.2).

Nach Einschätzung der Interviewten wird das Wiki von den Mitarbeitern insgesamt „sehr intensiv“ genutzt (7.4).

Zum allgemeinen Reifegrad der Wiki-Artikel treffen H. und D. folgende Einschätzung: Alle Reifegrade seien vertreten, allgemein sei die Frage schwer zu beantworten. Inhalte würden gekennzeichnet und es gebe „Initiativen zum Aufräumen“ (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern in Unternehmen insgesamt wird

³² „Gute Artikel werden manuell gekennzeichnet. Um diese guten Artikel besser erreichbar zu machen, werden sie – defensiv – in anderen Artikeln automatisch verlinkt. Defensiv heißt z.B., dass in Überschriften keine Links eingefügt werden.“ (11.8)

als „hoch“ beurteilt (10.1).

Die Frage, ob sie generell mit dem Einsatz Ihres Wiki zufrieden seien, wird von D. und H. mit „ja“ beantwortet. Als Verbesserungspotenzial wären „in bestimmten Anwendungsfällen“ abgeschlossene Bereiche im Wiki wünschenswert, z.B. abgeschlossene Projekträume (11.1). Schwierigkeiten bei der Nutzung wurden nicht vermerkt (11.2). Die Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung im Hause seien „eher positiv“ gewesen, es gebe aber Ausnahmen (11.3). Die Erwartung vor der Wiki-Einführung sei gewesen, „eine gemeinsame Wissensbasis zu schaffen“. Diese sei erfüllt worden: „man ist auf einem guten Weg, hat etwas erreicht“ (11.4).

B.5.3 Unternehmen G

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Unternehmen G ist in den Branchen Automobil, Industrie, Luft- und Raumfahrt tätig und beschäftigt mehrere zehntausend Mitarbeiter, davon etwas über die Hälfte an PC-Arbeitsplätzen. Der Umsatz betrug 2007 mehrere Milliarden Euro (1.2).

Auch in Unternehmen G wurden zwei Wiki-Verantwortliche interviewt. S. ist der Leiter Wissensmanagement der Unternehmensgruppe und verantwortlich für Wissensmanagement-Anwendungen, -Methoden und -Werkzeuge im Gesamtunternehmen. Das Wissensmanagement ist organisatorisch der Produktentwicklung zugeordnet. W. ist Mitarbeiter im Wissensmanagement. S. hat eine Ausbildung zum Dipl.-Ing. – Fachrichtung Luft- und Raumfahrt – absolviert, W. ist diplomierter Soziologe (1.1).

Die Rolle der Befragten ist die eines Initiators: „Input abholen“ und zusammenführen. Nachdem die Inhalte vorhanden seien, werde nun ein Lastenheft gemeinsam mit dem IT-Bereich erstellt, um das Wiki von einer „inoffiziellen Anwendung“ zu einer „offiziellen Anwendung“ zu transformieren. In diesem Zusammenhang stünde auch die bisher verwendete Wiki-Engine MediaWiki zur Disposition. Die Gesprächspartner haben die Rolle der „Treiber“ inne, sie müssen das Wiki im Unternehmen vermarkten. Zum Auslöser für die Wiki-Einführung erklären S. und W.: „In den nächsten Jahren verlassen viele Experten altershalber das Unternehmen. Deren Wissen soll in einer Weise dokumentiert werden, dass es lebendig und leicht aktualisierbar bleibt. Der ‚Wikipedia-Hype‘ hat die Wiki-Anwendung im Unternehmen begünstigt. Vor dem MediaWiki gab es mehrere isolierte Wikis, die jetzt vernetzt werden. ‚Aktivisten‘ und Themen sind akquiriert.“ (1.1).

„Ernsthaft“ eingesetzt werden Wikis seit Juli 2006³³. Weitere Social-Software-Systeme

³³Das Wiki wird bisher genutzt, um Erfahrungswerte zu sammeln, „um lang angelegt einen Anforderungskatalog für ein Unternehmenswiki zusammenzustellen.“ (Ein Beispiel: Das Kategoriensystem sollte gesteuert werden, man sollte empfehlen: „Nimm zu Deinem Artikel zumindest eine Kategorie hinzu“, vorhandene Kategorien sollten angeboten werden). Die Hauptkategorien sind hierarchisch organisiert und auf einer „Wissenslandkarte“ festgehalten (1.3).

werden nicht genutzt – zukünftig wird ihr Einsatz aber nicht ausgeschlossen: Nach pragmatischen Gesichtspunkten finden evtl. Blogs oder Tagging Eingang in das bereits erwähnte Wiki-Lastenheft.

„Wichtig ist v.a. die Mitarbeiter mitzunehmen, sie müssen sich in die Social-Software-Anwendungen oft erst ‚reindenken‘. Schon die Abstraktion, in Outlook E-Mail-Anhänge nicht hochzuladen, sondern nur zu verlinken, überfordert manche Mitarbeiter. Erstaunlicherweise ist die private Nutzung neuer Dienste wie Ebay meist problemlos möglich – im Unternehmen werden dagegen höhere Anforderungen an die Aufbereitung oder die Suchmöglichkeiten von Information gestellt³⁴ (1.3).“

Neue Anwendungen würden sicher „nicht im Halbjahrestakt“ angeboten, sondern von einem „Technologieradar“ auf ihre Anwendbarkeit im Unternehmen überprüft³⁵ (1.3).

Einführung Initiiert wurde das Wiki in Unternehmen G von S. Die Einführung lief folgendermaßen ab. Zu Beginn wurde von der Fachabteilung eine Virtual Machine (VM)³⁶ inklusive dem Web Server Apache genutzt. Hilfreich war dabei das interne Netzwerk in die IT und eigene IT-Kenntnisse. Man hat sich „aus dem Fenster gelehnt“ und sich im Nachhinein Rückendeckung von der Geschäftsleitung eingeholt, um das Thema „Wiki im Unternehmen“ grundsätzlich zu erarbeiten. Danach wurde auf dem öffentlichen Schwarzen Brett im Intranet gefragt, wer sich sonst noch mit dem Thema Wiki beschäftigt und anschließend hatte die Wissensmanagement-Abteilung zu Wiki „den Hut auf“. Hilfreich war dabei die kostenlose Verfügbarkeit der Wiki-Engine MediaWiki (2.1).

Zur Frage, warum sich das Unternehmen G für die Wiki-Software MediaWiki entschieden habe³⁷, zählen S. und W. folgende Punkte auf (2.3):

- unkompliziert, da kostenlos und „open source“ verfügbar (keine Lizenzfragen)
- ohne IT- und mit geringem organisatorischen Aufwand
- Nutzung des Wiedererkennungswertes der Wikipedia, deren Syntax war z.T. schon aus privater Nutzung bekannt
- ausreichender Funktionsumfang
- MediaWiki als Referenz für die weitere Nutzung eines Wikis im Unternehmen
- technische Infrastruktur mit PHP und MySQL konnte einfach bereitgestellt werden

Bisher ist die Wiki-Einführung „bottom-up“ verlaufen, es gibt einzelne „Aktivisten“ mit Unterstützung der Geschäftsleitung (s.o.). Der „Wikipedia-Hype“ konnte im Management

³⁴Beispiel einer Anforderung: „Die Normensuche muss im Intranet auf hoher Ebene stehen.“

³⁵Ein aktuelles Beispiel einer solchen Anwendung ist Microsoft SharePoint.

³⁶Virtuelle Maschine.

³⁷Im Lastenheft für das künftige Wiki stünden die Funktionen im Vordergrund, es werde eher nicht MediaWiki sein. Die Engine sei aber noch offen, Migrationsfähigkeiten sind wichtig. Der Wiki-Support solle künftig durch den IT-Bereich geleistet werden (2.3).

genutzt werden. Kritisch sei eher das mittlere Management gewesen. Der Stellenwert des Wikis bei der Unternehmensführung sei „recht hoch“ und die „Wiki-Philosophie positiv besetzt“. Es komme aber auf die Inhalte an³⁸ (2.4).

Kommuniziert wurde die Wiki-Einführung „eher informell“, z.T. auch in unternehmensinternen Zeitschriften. Künftig werde es ein offizielles Marketing geben und eine Integration des Themas „Wiki“ in Schulungen (2.5).

Zum Thema Schulungen äußern S. und W.: „Bisher wurde das Wiki nur in Management Trainings und NoC-³⁹Beratungsgesprächen ‚erwähnt‘, daraus ergaben sich inhaltlich einige Teilprojekte für das Wiki.“ Offizielle Schulungen würden erst nach Festlegung des Zielsystems gestaltet und angeboten (2.6).

Online-Schulungsmaterial ist in Form einer kleinen Übersicht zu den wesentlichen Funktionen verfügbar. Diese befindet sich im Aufbau, da die künftige Software bzw. Wiki-Engine noch offen ist. Außerdem gibt es Hilfeseiten im Wiki (2.7).

Abgrenzung Zur Frage, ob es ihrer Meinung nach Kommunikationsmedien gebe, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen, antworten S. und W.: Es gebe „eher Unsicherheit bzw. Unklarheit“ darüber, was ins Intranet und was ins Wiki gehöre. Das Intranet ist nach S. und W. hierarchisch und eher dokumentenbasiert aufgebaut. Das Wiki biete dagegen ein „Kategoriennetz“, Zusammenhänge seien besser darstellbar und verschiedene Sichten möglich. „Wettbewerb“ bestehe eher mit Microsoft SharePoint⁴⁰ (3.1).

Die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit sehen die Interviewten „weniger“ als problematisch an: „Wiki-Kollaboration ist eine ‚weitere‘, nicht eine ‚andere‘ Art der Zusammenarbeit.“ (3.2)

Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollten, sind im Unternehmen G „z.T. in Erarbeitung“, so sollen etwa „gelenkte Dokumente“⁴¹ nicht im Wiki bearbeitet werden⁴². Verbindlich sind diese Vorgaben noch nicht (3.3).

Inhalt Folgende Unternehmensbereiche sind im Wiki von Unternehmen G vertreten: Forschung & Entwicklung, Vorentwicklung, Personal und z.T. Dienstleistungsbereiche. Es

³⁸Richtlinien z.B. gehörten nicht ins Wiki, der „Inhaltscharakter“ ist entscheidend (2.4).

³⁹Networks of Competence.

⁴⁰Wiki-Inhalte sind tendenziell längerfristig relevant (z.B. Übersicht über Wettbewerber). Der Reiter „Diskussion“ wird kaum genutzt (3.1).

⁴¹Im Sinne von Workflow Management.

⁴²„Ein voller Zugriff durch Verlinkungsmöglichkeiten bringt Nutzen.“ (3.3)

gibt außerdem übergreifende Themencluster und FAQs. Kurz- oder mittelfristig könnten noch „übergreifende Lessons Learned“ – z.B. zu SAP, Kunden, Verlagerungen etc. – dazukommen. Inhalte, die auch langfristig nicht im Wiki denkbar sind, umfassen nach Meinung von S. und W. Rechtsthemen, Rechtsschutz, Patente und Verträge (4.1).

Folgende Inhaltstypen sind vertreten:

- FAQ
- Glossar wird nur erarbeitet und auf das allgemeine Unternehmens-Glossar verlinkt
- Fachartikel im Sinne strukturierter Artikel – die Wettbewerberbeobachtung ist formalisiert
- Dokumentation von Veranstaltungen
- Checklisten

„Verbindliches“ sei „generell nicht“ vertreten (4.2) und wird – wie Rechtsthemen – auch grundsätzlich für ungeeignet gehalten (4.4). Als weitere Inhaltstypen seien außerdem noch „Lessons Learned, die ähnlich wie in der Wikipedia redaktionell zu Themenportalen – in Form von Linklisten – zusammengestellt werden“. Als Begründung führen die Befragten an: „Lessons Learned‘ werden in Gruppen ‚erfahren‘ und haben somit immer ein hohes Potenzial für Kollaboration und vernetztes Wissen (4.3).

Das Wiki wurde vor dem „Go live“ von festen Mitarbeitern mit den o.g. Inhaltstypen befüllt – in einem Zeitraum von ein bis zwei Jahren. Dies sei von Vorteil gewesen: „Ein leeres Wiki funktioniert nicht“ (4.5). Die Befüllung wird damit begründet: „um ein Beispiel zu geben. So wie früher die Quelltexte von Homepages kopiert wurden.“ „Exzellente Artikel“ sollten angeboten werden („gefüllter Template-Charakter“). Ein langer Vorbereitungszeitraum war für S. und W. „sehr sinnvoll“. „Wichtig ist, sich Zeit zu nehmen und ‚Aktivisten‘ zu finden.“ Fatal wäre es, den IT-Bereich nicht einzubinden (4.5).

Reichweite Zur Reichweite ihres Wikis erklären S. und W., es sei „unternehmensintern öffentlich – für jeden Mitarbeiter zugreifbar“. Kollegen würden auch im englischsprachigen Raum eingebunden, dort aber nicht so gut betreut, beispielsweise durch sog. „Wiki-Gärtner“. Zunehmend werden auch abgeschlossene Wikis unterstützt – für „Inhalte, die nicht jeden interessieren sollten“. Dort sei außerdem der „Community-Gedanke“ zu erwähnen: die Schaffung eines „Vertrauensbereichs“ und eine „eigene hohe Leserschaft“. Innerhalb dieser Communities sei auch die Bearbeitung möglich (5.1).

Aktuell können sich S. und W. „noch nicht“ vorstellen, ihr Wiki für Externe zu öffnen (5.2). Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis, die Ihr Unternehmen anbietet, haben die Befragten bisher nicht gesammelt (5.4).

Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, gebe es „eher weniger“. Allerdings beteiligen sich Mitarbeiter bei der Wikipedia (5.5).

Die Anwender im Unternehmen G arbeiten insgesamt räumlich verteilt im Wiki, v.a. standortübergreifend (5.6). Es sind zwei Sprachen im Wiki vertreten: Deutsch und Englisch, in zwei verschiedenen Wikis. In Deutschland sei nur Deutsch als Sprache denkbar gewesen. Es sei gegenwärtig nicht abschätzbar, ob es langfristig im Wiki überwiegend englischsprachige Inhalte geben würde. Der Einsatz von Übersetzern ist nach Ansicht der Interviewten – unabhängig davon, ob es sich dabei um Menschen oder Übersetzungssoftware handelt – „überhaupt nicht möglich“ (5.7).

Strukturierung Zur Strukturierung werden in Unternehmen G Kategorien empfohlen, sie seien ein „sehr mächtiges Strukturierungsmittel“. Vorlagen bzw. Templates würden noch in überschaubarem Umfang, z.B. für Artikel zu Wettbewerbern oder Produktion, eingesetzt und ggf. angepasst (6.1).

An speziellen Wiki-Rollen gibt es ca. 10 „Wiki-Gärtner“ und aus der Abteilung Wissensmanagement auch einige „Obergärtner“. Als „Power User“, die viele Beiträge schreiben, sind etwa 50 Mitarbeiter aktiv. „Der typische Anwender recherchiert nur.“ Die „Gärtner“-Rolle sei dabei den Anwendern explizit zugewiesen worden. Die „Wiki-Gärtner“ seien mit den Moderatoren in den sog. „Networks of Competence“ im Unternehmen vergleichbar, „triggern“ bei neuen Themen, achten auf „Müll“. Für diese seien die Wiki-Analysen interessant („Monitoring“) (6.2).

Integration Methodisch wird im Unternehmen das Wiki vom Bereich „Wissensmanagement“ verantwortet, welcher der Produktentwicklung zugeordnet ist (7.1).

Schnittstellen hat das Wiki zu den Systemen E-Mail, Intranet, Fileserver, zu allen webbasierten Datenbanken, allgemein zu allen Systemen, die via sog. „Interwiki-Links“ über eine ID „ansprechbar“ sind (z.B. auch das Ansprechpartner-System). Links auf das Ansprechpartner-System – dabei generische Nutzung des User Logins – seien wichtig, ausbaufähig sei der Zugriff auf das Filesystem (7.2).

Explizit in den Arbeitsalltag integriert sei das Wiki „eher weniger“. Die Wettbewerberbeobachtung wird offiziell im Wiki dokumentiert. Darüber hinaus wird empfohlen, FAQs im Wiki zu erstellen (7.3).

Kollaboration Eine „Wikiquette“ bzw. Richtlinien werden zur Zeit entwickelt (z.B.: „Linklisten allein sind nicht sinnvoll“) (8.1).

Zur Frage, ob die Kollaboration eigenständig abgelaufen sei, oder ob Eingriffe von Moderatoren nötig gewesen seien, entgegnet S. und W.: „Eher Betreuung durch Wiki-Gärtner („Nachhilfe“⁴³) mit Hilfe von „Beobachtungslisten“ (8.2).

Kollaboration findet nach Einschätzung der Befragten sowohl symmetrisch als auch asymmetrisch statt: „unterschiedlich, insgesamt eher innerhalb von Fachgebieten“. In Projekten gebe es „eher übergreifende Zusammenarbeit“ (8.3).

Qualität Die Verbesserung bestehender Inhalte ist für die Befragten „herausfordernder“ als neue Inhalte zu ergänzen (9.2).

Ein qualitativ hochwertiger Artikel zeichnet sich für sie durch folgende Eigenschaften aus:

- Nennung bzw. Link auf einen Ansprechpartner
- Struktur (Kategorien)
- Umfang
- Referenzen
- Metainformationen, z.B. „im Aufbau“, „Testcharakter“ (9.3)

Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel wird nicht genutzt⁴⁴. Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel zu integrieren macht für S. und W. Sinn. Dieses sollte technisch möglichst über das Konzept der Kategorie realisiert werden, gute Artikel würden auf Portalseiten verlinkt. Ein solches Bewertungssystem schätzen die beiden „eher motivationsfördernd“ ein (9.4).

Ob in Ihrem Wiki langfristig Proliferation („Wucherung“) ein Problem darstellen könne, wird wie folgt beantwortet: „Bei Artikeln selbst weniger, allerdings dürfen ‚unsinnige Artikel‘ [abgebrochene Versuche] nicht unbeobachtet bleiben, um über Initiativen bzw. die Wiki-Gärtner aufgeräumt zu werden“ (9.5).

Automatismen (Bots), um die Wiki-Inhalte zu verbessern, kommen nicht zum Einsatz (9.6).

⁴³ „Der ‚Interwiki-Link‘ ist eigentlich ein ‚Inter-Applikations-Link‘, er kann zentral mit Kürzeln belegt werden (z.B. <http://www.google.de>) und ihm können Parameter mitgegeben werden. Also eine Art Vorlage auch für Links auf das Filesystem.

⁴⁴ Letztes Jahr habe es einen „Scan“ über alle „zu prüfenden Artikel“ gegeben, es wurde „ausgemistet“ und ggf. gelöscht (9.4).

Akzeptanz und Motivation Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, werden in Unternehmen G nicht genutzt (10.2).

Zur Frage, was ihre Mitarbeiter zur Wiki-Arbeit motiviere, zählen S. und W. auf:

- „Outen“ mit Wissen, nicht Selbstdarstellung und Beitrag(smenge)
- „Leichtgängigkeit“, an einem gemeinsamen Wissensbereich mitzuarbeiten – „just do it“
- „Wer war dabei?“ – „Platzierung des eigenen Wissensanteils“
- „Private Erfahrung mit der Wikipedia. Diese wird insgesamt als grundsätzlich ‚gut‘ und ‚verlässlich‘ eingeschätzt.
- Die Vision: „Wenn ich etwas suche in der Informationslandschaft, klicke ich in der Suchergebnisliste zuerst auf den Wiki-Artikel, weil ‚darüber nachgedacht‘ wurde“ (10.3).

Resume und Ausblick Die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis skizzieren die beiden so:

„Das Wiki bestimmten Personen gezielt bekannt machen, deren Unterstützung [einholen], zunächst keine Vorgaben [machen]. Darüber hinaus war wichtig, das Wiki an das Thema ‚Expert Debriefing‘ anzulehnen und damit auch konkrete Aufgaben zu erfüllen. Unterstützung durch die Wissensmanagement-Abteilung war wichtig – es war ein hohes Engagement und ein hoher Betreuungsaufwand nötig. Der Nachweis kann noch nicht erbracht werden, aber das hohe Interesse und die Beteiligung an der aktiven Mitarbeit an Wiki-Inhalten lassen Potenzial erkennen“ (11.5).

Zur Entwicklung von Unternehmenswikis in den nächsten Jahren prognostizieren die Befragten: „Wikis werden sich in Unternehmen etablieren. Im ‚Probestadium‘ wurden die Vorteile erkannt, Wikis werden ein fester Bestandteil der Informationslandschaft“ (11.7)⁴⁵.

Umsetzung und Zielerreichung

Mit dem Wiki verfolgt Unternehmen G das Ziel, die „Möglichkeit der kollaborativen Wissensaufbereitung über Abteilungsgrenzen und Wissensgebiete hinweg“ nutzenorientiert zu verbessern. Diese Ziele seien „z.T. erreicht in [thematischen] ‚Teilclustern‘, das Wiki wird durch die Mitarbeiter insgesamt noch nicht selbständig gelebt.“ In der nächsten Zeit soll ein offizielles Marketing für das Wiki im Unternehmen starten. Bei der Öffnung des Wikis für weitere Mitarbeiter sei wichtig, Sensibilität für die Inhalte zu wecken:

„Der einzelne Mitarbeiter muss die ‚Inhaltshoheit‘ abgeben und sein Wissen auch als das Wissen des Unternehmens betrachten.“ (2.2)

⁴⁵Wikis bringen für S. und W. einen hohen Abstraktionsgrad mit sich, haben ein „riesiges Potenzial“. Die Wikipedia funktioniere außerhalb von Unternehmen und fungiere als Vorbild: „Gemeinsames Wissen ist gutes Wissen.“

Ein großer Schritt sei dabei: „Zulassen, dass andere aktiv am Artikel mitarbeiten und jeder so ein „Wissensarbeiter“ wird (2.2).

Wie intensiv das Wiki von den Mitarbeitern insgesamt genutzt werde, müsse im Detail die Wiki-Analyse zeigen. Bisher seien wenige Zahlen bekannt, z.B. dass das deutsche Wiki ca. 150.000 Lesezugriffe verbuchen kann und zwei häufig genutzte FAQ-Seiten je ca. 3.500 Lesezugriffe (7.4).

Den Reifegrad der Wiki-Inhalte beurteilen S. und W. allgemein so: „Etwa ein Drittel weist einen guten Reifegrad auf“ (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern insgesamt wird „hoch“ eingeschätzt (10.1).

Ob sie generell mit dem Einsatz Ihrer Wikis zufrieden seien, beantworten die Interviewpartner auf verschiedenen Ebenen:

- Technik: „jein, weil es keine Möglichkeit gibt, abgeschlossene Bereiche innerhalb des Wikis anzubieten“
- Nutzung: „ja – zu beachten: es gab bisher kein Marketing!“
- Inhalt: ja, „guter Inhaltscharakter“ (11.1)

Als Verbesserungspotenzial wird auf der technischen Ebene eine „Segmentierung des Wikis“ und die „explizite Freigabe von Inhalten“ genannt (11.1).

Schwierigkeiten technischer Art seien nicht aufgetaucht, das Wiki sei „schneller als [das] Intranet“ (11.2).

Die Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung im Unternehmen wird „geteilt“ eingeschätzt: einerseits werde Transparenz vom Management und Wissensmanagement gewünscht – auf der anderen Seite gebe es die „Hüter der Einmachgläser“ (11.3).

Die Erwartungen vor der Wiki-Einführung wurden für S. und W. „mehr als erfüllt“, es gebe „sehr hohen Zuspruch auch ohne Marketing“ (11.4).

B.5.4 Unternehmen I

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Unternehmen I gehört zur Stahl erzeugenden Industrie und betreibt in der – untersuchten – Gesellschaft Industrieforschung. Dort arbeiten mehrere hundert,

im gesamten Konzern mehrere zehntausend Mitarbeiter. Der Umsatz der Gesellschaft lag 2007 bei im zweistelligen Millionenbereich, insgesamt setzte der Konzern mehrere Milliarden Euro um (1.2).

Interviewt wurde K., der Leiter der Hauptabteilung Metallurgie und Werkstofftechnik. Dort wird Metallforschung betrieben („vom Stahl bis zum fertigen Produkt“)⁴⁶. K. ist promovierter Ingenieur und war zusammen mit der Geschäftsführung Initiator des Wikis (1.1).

Seit Mitte 2004 werden in Unternehmen I Wikis eingesetzt (1.3).

Andere Social-Software-Anwendungen kommen „keine“ zum Einsatz. Allerdings engagiert sich Unternehmen I in Blogs „auf internationaler Forschungsebene“ und betreibt dabei „Kommunikation mit der Außenwelt“. Für unternehmensinterne Aktivitäten werden Blogs nicht genutzt⁴⁷. Der Einsatz weiterer Social-Software-Anwendungen wird nach K. „zzt. nicht“ geplant. Dafür wären „Promotoren“ nötig, die zentrale IT im Konzern müsste solche Systeme genehmigen. Die Forscher in der GmbH hätten allerdings „gewisse Freiheiten“ (1.3).

Einführung Initiiert wurde das Wiki von K. gemeinsam mit dem Geschäftsführer. Das Themengebiet zum Start war Wissensmanagement, die „Wissenslandkarte“ des Unternehmens wurde im Wiki abgebildet. Es wurden Debriefings⁴⁸ getestet, dabei sollte die elektronische Basis ausgeklammert werden. Wichtig war auch die Frage: „Was machen andere?“ Laut der Unternehmensberatung, welche die Wiki-Einführung begleitete, war das Unternehmen zusammen mit einem Fraunhofer Institut „mit bei den ersten Wiki-Anwendern im Unternehmen dabei“. Dort wurde auch die Lösung „MediaWiki“ angewendet (2.1).

Zur Frage, welche Ziele mit dem Wiki verfolgt werden, zählt K. auf:

- Die Einarbeitung junger Ingenieure sollte vereinfacht werden.
- Das Wissen älterer Ingenieure, die das Unternehmen verlassen, soll gespeichert werden.
- Aktuelle Ansätze sollen verschiedenen Leuten zur Verfügung gestellt werden („Wissens-austauschplattform“) (2.2).

⁴⁶S. aus der IT-Abteilung und M. – Mitarbeiterin von K. – waren nur zeitweise anwesend und nicht am Interview beteiligt.

⁴⁷Als Beispiel führt K. an: „In einem größeren Forschungsvorhaben richten die Teilnehmer – z.B. andere Unternehmen – Blogs ein, häufig über Google. Diese Austauschebene hat sich seit ca. zwei bis drei Jahren für geförderte, internationale Forschungsprojekte bewährt“ (1.3).

⁴⁸In den Debriefings befragt wurden 1. ein habilitierter Ingenieur mit 35 Jahren Berufserfahrung, der als „schwieriger Mann“ gilt, wenig Erfahrung mit EDV hat und wenig Austausch mit Kollegen pflegte, 2. ein Ingenieur mit fünf Jahren Berufserfahrung und 3. eine Ingenieurin, Abteilungsleiterin, mit 15 Jahren Berufserfahrung.

Die Entscheidung für Confluence sei aus zwei Gründen gefallen:

- „Weil Confluence von einem kommerziellen Unternehmen stammt und es so keine Abhängigkeit von ‚Open-Source-Projekten‘ gibt – wie dem ‚Wiki im Netz‘ (MediaWiki).“ Es gibt eine Vereinbarung mit der zentralen IT: Da Confluence eine kommerzielle Software ist, sind Haftungsfragen einfacher zu klären.
- Nutzerforderungen: Im MediaWiki sei die Eingabe schwierig, die Markup-Language „behindert die Akzeptanz“⁴⁹ (2.3).

Die Einführung habe „eher ‚top-down‘“ stattgefunden, sie sei personenabhängig: Das Unternehmen habe einen jungen Geschäftsführer, der neuen Technologien aufgeschlossen gegenüber stehe. Allgemein könne man sagen: „die Akzeptanz sinkt mit steigendem Alter“ (2.4).

Die Kommunikation der Einführung lief so ab: Das Wiki wurde in einer zentralen Präsentation der Forschung mit PowerPoint-Folien vorgestellt. Etwa eine Stunde habe der „interaktive“ Vortrag mit Übung gedauert, der gut besucht gewesen sei (2.5).

Zur Frage, ob Schulungen stattgefunden hätten, erläuterte K.: „Übungen waren in einem Wiki ‚Playground‘ möglich. Es ging darum zu zeigen, ‚wie’s funktioniert‘, die Hemmschwelle, sich zu beteiligen, sollte gesenkt werden, das Wiki sollte so ‚propagiert werden‘“. Es gab darüber hinaus einen „Infobox-Blog“, einen „Fragekasten“ im Intranet, es wurden Verantwortliche benannt. Dieses Vorgehen hat sich für K. bewährt (2.6).

Schulungsmaterial ist „im internen Wiki“ online verfügbar (2.7).

Abgrenzung Nach Meinung von K. gibt es Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen. Wiki zum Besprechungsmanagement werde eher als Ziel gesehen. Mit E-Mail gebe es wenig Wettbewerb, allerdings mit dem Intranet und Fileservern. Mit Web Conferencing, Collaboration Rooms, Foren und Chat bestehe dagegen kein Wettbewerb. „Vieles [von den genannten Medien] kann man derzeit [im Unternehmen I] nicht machen“⁵⁰ (3.1).

Zur Problematik der Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit äußert K.: „Der Wissensaustausch sollte sich auf Wiki konzentrieren.“ Das Single-Source-Prinzip „funktioniert

⁴⁹Nach der Confluence-Einführung gab es einen „Drive“, z.B. das Einfügen von Bildern sei sehr viel leichter. Das MediaWiki gab es bis Sommer 2007, nach der Übertragung gab es einige „Bugs“, z.B. stand auf jeder Wiki-Seite der Name des Werkstudenten, der die Migration durchgeführt hat (2.3).

⁵⁰Dennoch beschäftigt man sich mit weiteren Wiki-Themen, z.B. dem „ROI Calculator“ im pbWiki oder einer neuen Struktur im eigenen „WiDaS-Wiki“ (basierend auf Confluence). Dazu gehöre z.B. der Hauptbereich Kunden/Lieferanten/Wettbewerber, die „Wissenslandkarte“ und die Hilfeseiten. Die Einträge in der Wissenslandkarte definierten Hauptseiten im Wiki.

nicht mit Dritten“. Das Wiki ist mit mehreren Datenbanken verbunden, z.B. der Berichts-Datenbank, in der die ca. 20.000 Berichte – insgesamt ca. 1 Mio. Seiten – mehrerer Jahrzehnte vorliegen. Die Volltextsuche auf diese z.T. gescannten und über OCR (Optical Character Recognition) zugreifbaren Dokumente kann aus dem Wiki heraus angestoßen werden. Die Vertraulichkeit im Wiki sei wie folgt geregelt:

- Stufe 1: Alles ist offen
- Stufe 2: Vertraulicher Inhalt (roter Rand)
- Stufe 3: Nur Verweis auf einen Ansprechpartner (wenn ein Kunde Geheimhaltung verlangt)

Diese drei Stufen konnten mit dem MediaWiki nur bedingt umgesetzt werden (3.2).

Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen, gebe es in Unternehmen I nicht, aber die „Absichtserklärung“, dass die Wiki-Nutzung ausgebaut werden soll. Dabei spiele die Akzeptanz eine wichtige Rolle. An Standort A arbeiten ca. 100, an Standort B⁵¹ ca. 200 Mitarbeiter. Es gibt eine unterschiedliche „Kultur des Eintragens“, es musste daher ordnend eingegriffen werden. Eine neue verbindliche Struktur wird geplant (3.3).

Inhalt Nur der Unternehmensbereich Forschung&Entwicklung – d.h. die bereits erwähnte Gesellschaft, in der K. arbeitet – ist im Wiki vertreten. Dort seien aber alle wissenschaftlichen Bereiche beteiligt. K. glaubt nicht, dass es im restlichen Konzern noch weitere Wikis gibt, die Erfahrungen der GmbH wurden aber auch anderen Konzernbereichen dargestellt und über die beteiligte Unternehmensberatung weiterempfohlen. Die Forschung sei „Technologieführer auch hinsichtlich (Kommunikations-)Tools“. Kurz- oder mittelfristig könnten laut K. weitere Unternehmensbereiche hinzukommen: „Jeder Bereich ist zur Wiki-Arbeit ‚fähig‘“ (4.1). Die Wiki-Einführung hänge von der Akzeptanz der Leiter ab (viele GmbHs), diese hätten ihre eigene „Entscheidungshoheit“:

„Die Wiki-Einführung funktioniert nur ‚top-down‘, über Absichtserklärungen. Sie ist eher personen- als funktionsabhängig“ (4.1).

An im Wiki vertretenen Inhaltstypen zählt K. auf:

- Glossare
- Fachartikel in dem Sinne, dass wissenschaftliche Methoden in ihrer Anwendung mit typischen Ergebnissen vorgestellt werden
- Dokumentationen werden strukturell erfasst
- „Schlagwortliste“ für bestimmte Bereiche

Protokolle seien „angedacht“, für das Brainstorming gebe es ein eigenes Tool⁵² (4.2).

Als weiterer Inhaltstyp sei außerdem noch das „Besprechungsmanagement“ denkbar. Man

⁵¹ An Standort B fand das Interview statt.

⁵² Der Name des Tools ist „TRIZ“. Es ermöglicht „strukturiertes Erfinden“.

sei offen, beobachte den Markt – z.B. über eine Plattform einer Unternehmensberatung, die das Unternehmen bei der Wiki-Einführung beraten hat: „Was macht der Wettbewerb?“ Wiki wird als ein Tool gesehen – und das Unternehmen sieht sich nicht als „Toolentwickler“. Es sei aber daran interessiert, „Akzeptanz Lacks“ zu detektieren“ (4.3).

Ein grundsätzlich ungeeigneter Inhalt ist für K. „z.B. die Darstellung von Abteilungsleitern und ihrer Mitarbeiter. Diese gehört ins Intranet“ (4.4)⁵³.

Das Wiki sei vor dem „Go live“ nicht mit Inhalten befüllt worden. Es habe allerdings die erwähnten verschiedenen Debriefings (s.o.) gegeben. Akzeptanz soll durch die Möglichkeit der Wissensnutzung geschaffen werden. „Man ist aber noch von dem ‚break even‘ [gemeint: einem Selbstläufer] entfernt“. Von Motorola gebe es ein passendes Zitat: „Die offene Nutzung ist der Maßstab der Akzeptanz“ (4.5).

Reichweite Das Wiki hat eine unternehmensinterne Reichweite (5.1). K. kann sich nicht vorstellen, das Wiki oder Teile des Wikis für Externe zu öffnen (5.2). Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis, die das Unternehmen anbietet, seien bisher nicht gesammelt worden (5.4). Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, sind K. nicht bekannt („offiziell nicht“) (5.5). Ob die Anwender insgesamt räumlich verteilt im Wiki arbeiten, beantwortet der Interviewpartner so: „Ja, in großem Ausmaß. Die Masse der Server steht am Standort A“ (5.6).

Zwei Sprachen sind im Wiki vertreten: Deutsch und Englisch – da mit manchen (großen) Kunden nur auf Englisch kommuniziert wird. „Grundsätzlich sollte es nur eine Sprache geben“ (5.7). Die Frage nach der Konsistenz beantwortet K. so: „Es gibt Inhalte entweder auf Englisch oder Deutsch.“ „Ziemlich sicher“ ist er sich, dass es langfristig im Wiki überwiegend englischsprachige Inhalte gibt. Den Einsatz von Übersetzern erwägt K. nicht und von Übersetzungssoftware hält er nichts (5.7).

Strukturierung Das Wiki wird in einem Baum strukturiert – parallel organisations- und wissensbasiert – „um das Wiki transparenter zu machen“, damit sich die Benutzer nicht „durchhangeln müssen“: „Akzeptanz gibt es nur bis zur 2. oder 3. Ebene“ (6.1). Die Strukturierung läuft folgendermaßen ab: „Wenn eine neue Seite angelegt wird, soll zunächst nach passenden Schlagworten gesucht werden und anschließend verlinkt werden. Das ist nicht ausreichend, aber wichtig.“ Die bereits erwähnte Mind Map „Wissenslandkarte“ soll mittelfristig erhalten bleiben (6.1).

⁵³Durch Freiheit soll sich Akzeptanz einstellen. Ein Anreiz soll auch sein, dass die Wiki-Arbeit in die Zielvereinbarungen der außertariflich bezahlten Mitarbeiter aufgenommen wurde. Auf der anderen Seite ist auch Druck nötig, „auf die Füße treten“, falls ungeeignete Inhalte (s.o.) eingestellt werden (4.4).

Zum Thema Wiki-Rollen äußert K.: „Es wurde jeweils pro Abteilung einer ernannt, der im Fachgebiet den Gärtner spielt.“ Für das Unternehmen insgesamt lief im Bereich pro Standort ein Pilotprojekt, für das es einen IT-Verantwortlichen gab (6.2).

Integration Methodisch verantwortet im Unternehmen das Wiki „das Führungsteam mit den sechs Hauptabteilungsleitern“. K. spricht offen Probleme an, Entscheidungen werden dort herbeigeführt (7.1).

Schnittstellen hat das Wiki zu E-Mail, Intranet, Extranet, zu einer Suchmaschine⁵⁴ und zu verschiedenen Datenbanken-Schnittstellen. Sehr wichtig sind für K. die Schnittstellen zu einigen Datenbanken, z.B. zur Berichtsdatenbank und zum Qualitätsmanagementsystem. Darüber hinaus wünscht sich der Befragte „zurzeit keine“ Schnittstellen (7.2).

Explizit in den Arbeitsalltag integriert ist das Wiki „via Zielvereinbarungen mit den außertariflich bezahlten Mitarbeitern“ („Zuckerbrot und Peitsche“) – dieses Vorgehen hat sich für K. bewährt. „Zukünftig sollen evtl. Projekte im Wiki abgewickelt werden, die Projektarbeit im Wiki würde damit auch zu den ‚Duties‘ gehören“ (7.3). Beispiel wäre der Einstieg in und die Steuerung von Drittmittelprojekten⁵⁵.

Kollaboration Eine „Wikiquote“ gab es nicht von Anfang an, inzwischen wird sie vorgegeben. Es gibt ein Benutzerhandbuch – zur „Wiki-Kultur“ gehöre z.B., dass korrekt zitiert werden muss (8.1).

Eingriffe von Moderatoren waren schon nötig – wegen „stärkeren Wildwuchses“ wurde ein Benutzerhandbuch erstellt (s.o.) (8.2).

Die Kollaboration lief bisher eher symmetrisch – „eher innerhalb einzelner Fachgebiete“ – ab. Möglicherweise gebe es dafür „Akzeptanzgründe“. Im Laufe der Zeit müsste sich das für K. ändern (8.3).

Qualität Bestehende Inhalte zu verbessern, ist für K. eine ebenso große Herausforderung wie die, neue Inhalte zu ergänzen (9.2).

⁵⁴Die Intranet-Suchmaschine des Mutterkonzerns ist „XFriend“. „Die Wiki-Suchmaschine ist mächtig und schnell. Schön wäre es, wenn alle verlinkten Dokumente durchsuchbar wären“ (7.2).

⁵⁵Die bisher genutzten Projektmanagement-Werkzeuge Microsoft Project und GanttProject (Open-Source-Software) sind untauglich, bieten zuviel (MS Project) bzw. zu wenig Funktionalität (GanttProject). Bestimmte Mitarbeiter haben einen Remote-Zugriff auf das Unternehmensnetzwerk – so auch auf Wiki (Citrix-Client).

Einen qualitativ hochwertigen Artikel definiert der Befragte wie folgt: „Wenn es im Netz nichts Besseres gibt. Das Internet soll natürlich nicht ersetzt werden, aber ‚wertvolle Web-Ressourcen‘ sollen verlinkt werden – weil es die ‚sinnvolle Suche im Netz‘ nicht gibt.“ (9.3).

Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel wird in Unternehmen I nicht genutzt – Sinn würde es für K. aber machen, ein solches zu integrieren. Zurzeit wäre es seiner Meinung nach noch motivationssenkend. Die Akzeptanz würde sinken, da das Wiki noch „im Aufbau begriffen“ ist. „80% Schrott“ zu einem späteren Zeitpunkt wäre allerdings auch problematisch. Deshalb sei das Wiki offen, es gebe wenig Schranken, auch wenn nicht alles einen hohen Nutzwert habe (9.4).

Langfristig sieht K. Wiki Proliferation („Wucherung“) als ein Problem an (9.5). Automatismen (Bots), um Wiki-Inhalte zu verbessern, kommen nicht zum Einsatz. Dies könnte für K. aber Sinn machen, um die „Abteilungsgärtner“ zu unterstützen (9.6).

Akzeptanz und Motivation Zur Frage, ob in Unternehmen I Anreizsysteme genutzt werden, um die Wiki-Arbeit zu fördern, äußert K.:

„Das beste Anreizsystem wäre, dass der Nutzer glaubt bzw. weiß, dass er einen persönlichen Nutzen im Wiki hat: Wiki als ‚tagtägliches Werkzeug‘“ (10.2).

Nach Meinung von K. motiviert seine Mitarbeiter zur Wiki-Arbeit „Druck bzw. Gruppenzwang. Manche haben evtl. Spaß, aber es gibt eine starke Arbeitsbelastung, kaum Freizeit“ (10.3).

Resumee und Ausblick Als entscheidende Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis sieht der Interviewte die Offenheit, „Kernvoraussetzung“ sei die hohe inhaltliche Qualität und Aktualität (11.5).

Dass die Wiki-Einführung die Unternehmenskultur schon beeinflusst habe, glaubt K. nicht: „Evtl. in 10 Jahren. Die bisherigen vier Jahre Wiki-Nutzung sind noch zu kurz“ (11.6).

Auf die Frage, in welche Richtung sich Unternehmenswikis seiner Meinung nach in den nächsten Jahren entwickeln werden, antwortet K., er sehe Wikis im Unternehmen positiv: „solche Systeme lohnen sich“. Er habe es konzernintern wie -extern „10-15 Parteien“ vorgeführt: „Eine hat im Anschluss ein Wiki eingeführt. Warum? Weil die

Akzeptanz der oberen Führung vorhanden war⁵⁶“ (11.7).

Besonders interessiert ist das Unternehmen an gruppenbezogenen Auswertungen. Das Chart, welches dies noch am ehesten erlaubt – sofern nicht-anonymisierte Daten verwendet werden – ist die „User Activity Timeline“. Insgesamt sind für K. alle Analysen von Interesse, die Aussagen über die Benutzerbeteiligung erlauben (11.8).

Umsetzung und Zielerreichung

Auf die Frage, ob die Ziele, die mit dem Wiki verfolgt werden, erreicht seien, antwortet K.: „Nein, noch nicht.“ Zur Akzeptanz führt er an, es gebe entweder „Vollnutzer“ oder „Nicht-Nutzer“ – kaum „Gelegenheitsnutzer“ (2.2).

Auf die Frage, wie intensiv das Wiki von den Mitarbeitern insgesamt genutzt werde, antwortet K.: „Unzufriedenstellend. Von Abteilung zu Abteilung verschieden.“ (7.4)⁵⁷.

Den Reifegrad der Wiki-Inhalte allgemein beurteilt K. so: „Von ca. 70-80% der Wiki-Inhalte ist die Qualität relativ hoch“ (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern insgesamt schätzt der Interviewte „sehr verschieden“ ein (10.1).

Generell ist K. mit dem Einsatz seines Wikis zufrieden. Als Verbesserungspotenzial nennt er die Akzeptanz – diese müsse noch gesteigert werden (s.o.). Sie sei entweder sehr hoch oder sehr niedrig („Wissen ist Macht“) (11.1).

Zu Schwierigkeiten bei der Nutzung äußert K.: „Technisch war das Wiki Markup ein ‚K.o.‘-Kriterium hinsichtlich der Akzeptanz“ (11.2).

Die Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung im Unternehmen schätzt K. so ein: „Bei den Ingenieuren bzw. Sachbearbeitern wird die Transparenz eher begrüßt – bei der Leitung weniger“ (11.3).

Zum Erfüllungsgrad der Erwartungen vor der Wiki-Einführung antwortet K.: „Es muss ständig daran [am Wiki] gearbeitet werden“ (11.4).

⁵⁶Beispiel: Das unternehmensinterne Balanced Scorecard System ist mit dem Wiki verlinkt. Auch dort entstehen Eingaben nur mit Druck, Überzeugung alleine reicht nicht.

⁵⁷Die – im Vorfeld gezeigten – Analysen haben zudem gezeigt, dass von 127 registrierten Benutzern nur 56 Editierungen durchgeführt haben – das entspricht einem Anteil von 44%. Ziel des Unternehmens sind 80-90%. Die Beantwortung dieser Frage war auch ein Grund, am „Wiki-Analyse-Projekt“ mitzumachen, die Möglichkeit, „zu schauen, wie’s läuft“, zu nutzen. Das Wiki hätte eigentlich eine sehr breite Nutzerbasis von ca. 200 Mitarbeitern, z.B. könnten auch Erfahrungen von Metallographen dokumentiert werden (7.4).

B.5.5 Unternehmen L

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Das Unternehmen L gliedert sich in drei Bereiche: Automotive, Gebäudemanagement und Power Solutions (z.B. Batterien für Hybridanwendungen). Weit über 100.000 Mitarbeiter erwirtschafteten 2007 einen Umsatz von mehreren Milliarden Euro (1.2).

Befragt wurde E., der seine Funktion im Unternehmen mit „Knowledge Manager“ benennt. Anwesend – aber am Interview nur am Rande beteiligt – waren L. aus der IT-Abteilung und ein Student. E. gibt als Ausbildungen Schreiner, Holz-Ingenieur, Wirtschaftsingenieur und Programmierer an und bezeichnet sich als „Initiator“ bei der Wiki-Einführung (1.1).

„Piratenwikis“ werden seit ca. 2,5 Jahren in Unternehmen L eingesetzt. Seit Ende Oktober 2007 gab es ein Pilotsystem mit Confluence, das seit dem 28.04.2008 im Produktivbetrieb ist. Als weitere Social-Software-Anwendungen setzt das Unternehmen Lotus Notes Blogs ein, die als „schwierig zu handeln“ eingeschätzt werden und seit ca. 4 Jahren verfügbar sind. Dies bedeutet laut E. nicht unbedingt, dass sie auch genutzt werden, sie „laufen nicht so wirklich“⁵⁸. Zur Frage, ob der Einsatz weiterer Social-Software-Anwendungen geplant sei, antwortet E.: „In der ‚Pipeline‘ ist Lotus Connections, womit Social Tagging und Networking möglich ist. Die IT in Nordamerika setzt auf diese Lotus-Lösung, das Knowledge Management tendiert dazu, diese Funktionen innerhalb des Wikis abzubilden. Zurzeit ist Lotus Connections ‚on hold‘ gesetzt, Umsetzung vermutlich in 2009“ (1.3). Für alle Beteiligten sei es wichtig, weniger Tools zu haben bzw. „alles in einem Tool“ anzubieten. Die gegenwärtige Tool-Vielfalt „verwirrt alle“. Wichtig sei die Anpassung jeder Social-Software-Anwendung an Prozesse (1.3).

Einführung E. hat das Wiki zusammen mit der Corporate IT in Nordamerika und dem globalen Portal-Team initiiert. Es gab einen gemeinsamen Workshop in den USA mit ca. 25 Teilnehmern, Thema: Collaboration generell, Strategie zu Web 2.0. Es wurden verschiedene Web 2.0 Tools angeschaut. Ergebnis: das Forum eines Unternehmensbereichs und das Confluence Wiki von Atlassian wurden „als Corporate IT Tools gesetzt“ (2.1).

Warum man sich für die Wiki-Software Confluence entschieden habe, beantwortet E. so: „Die IT hatte zwei Tools zur Wahl gestellt: MediaWiki und Confluence. Es

⁵⁸Die folgenden Anwendungen werden von E. noch genannt, in diesem Zusammenhang aber nicht als Social Software im engeren Sinn gesehen. Foren – das erste Forum des OEM-Teams für einen Kunden aus der Automobilindustrie gab es seit ca. 2000 – „laufen nicht so wirklich“. Instant Messaging gibt es seit ca. 8 Jahren, ist „tägliches Brot“. „Screen Sharing“ mit Lotus Sametime, WebEx und NetMeeting seit ca. 8 Jahren (1.3).

wurden Usability Tests durchgeführt, dabei saßen die Tester neben den Usern. Außerdem fanden Befragungen statt. Ergebnis: die Oberfläche von MediaWiki schnitt besser ab. Mit Confluence konnten aber mehr ‚Tasks‘ erledigt werden – daher die Entscheidung für Confluence“ (2.3).

Die Einführung des Wikis war laut E. „nicht sehr strukturiert“, ein bisschen „top-down“ und ein bisschen „bottom-up“, teilweise auch aus dem mittleren Management. Unterschiedliche Stellen begannen verschiedene Aktionen:

- Das Portal-Team in Amerika startete die Wiki-Einführung „wie eine Software-Einführung“: Es gab Online-Schulungsmaterial mit 150 Seiten, es wurden Portalseiten „um das Wiki herum gebastelt“ und man erklärte „Web 2.0“ und „Collaboration“ allgemein und RSS-Feeds im Speziellen. Auf der Haupteinstiegsseite im Intranet waren 24 Tage lang Infos zu Wiki und Forum sichtbar. Eine Diplomandin beschäftigte sich mit den Ursache-Wirkungs-Beziehungen in diesem Zusammenhang. „Der Erfolg war null“. Es gab lediglich eine Anfrage aus Amerika [sinngemäß]: „Wollt Ihr uns verrückt machen? Es gibt schon zu viele Tools.“
- Eine andere Aktion startete aus dem High Potenzial Program des Unternehmens, Leitfrage: „Wie können IT Tools das Wachstum von L unterstützen?“. Dabei kamen die Themen „Web 2.0“ und „Open Innovation“ ins Spiel: „Wie können Innovationen über die drei o.g. Geschäftsbereiche hinweg entwickelt werden?“ Hierzu schrieb ein Vice President – ein „Macht Promoter“ – 700 Ingenieure an und bat sie, Kommentare zu Innovationsfeldern zu schreiben⁵⁹. Nur ca. 40 Ingenieure hätten daraufhin einen Beitrag geleistet. Ein weiterer Effekt sei allerdings gewesen, dass die anderen Unternehmensbereiche „aufsprangen“ und eigene Wiki Spaces einrichteten (2.4).

Die Einführung wurde als – wie oben beschrieben – „bottom-up“ kommuniziert (2.5).

Ob Schulungen stattfanden, beantwortete E. folgendermaßen: „Es gab Online-Schulungen, bottom-up.“ Im Abteilungs-Meeting sei ca. 130 Leuten das „Wiki-Prinzip“ vorgestellt worden. In einer „Unterabteilung“ sei das Wiki ca. 30 Leuten detaillierter gezeigt und Funktionen seien vorgeführt worden. Für den Space „L Enzyklopädie“ wurden eigens 10 Leute mit Hilfe von Microsoft PowerPoint geschult, sie mussten dabei auch Einträge im Wiki vornehmen. Bewährt hat sich dieses Vorgehen für E. nicht. In der begleitenden Diplomarbeit habe sich herausgestellt, dass die Leute einen konkreten „Use Case“ brauchen, der im Wiki aufgebaut sein muss. Das Wiki muss „unmittelbaren Nutzen“ für die Arbeit bieten. Der Team- bzw. der Abteilungsleiter „muss das Wiki wollen“, im „Idealfall“ beteiligt er sich selbst. (2.6).

Schulungsmaterial ist online im Wiki verfügbar – teils in PDF-Dokumenten, teils in vernetzten Artikeln (2.7).

⁵⁹Beispiel für ein Innovationsfeld in diesem Unternehmen: ein Autositz, der nicht verschmutzt.

Abgrenzung Zur Frage, ob es seiner Meinung nach Kommunikationsmedien gebe, die mit dem Wiki im Wettbewerb stünden, antwortet E.: „Eigentlich herrscht ‚Anarchie‘. Das Wiki ist nicht klar abgegrenzt.“ Das Wiki werde teilweise als Fileserver oder als Intranet-Ersatz „missbraucht“. Konkurrenz bestehe auch zu Foren⁶⁰. Wettbewerb mit dem DMS Documentum eRoom gebe es „eher nicht“. Stärkste Konkurrenten seien Fileserver und das Intranet (3.1).

Die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit sieht E. als problematisch an, die Abgrenzung sei wichtig (3.2).

Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen, sind in Unternehmen L nicht vorhanden: „Es gibt ‚Empfehlungen‘, aber keine offizielle Policy“ (3.3).

Inhalt Als Unternehmensbereiche sind bei L. Forschung und Entwicklung, Engineering, Marketing, Manufacturing, IT und Service vertreten. Einkauf, Vertrieb und Personal („von dort ohnehin wenig Info“) sind noch nicht beteiligt. Der Zusammenhang sei hier die Einführungsstrategie: Man fängt irgendwo an („weniger ist mehr“) und versucht so, das Wiki „zum Fliegen“ zu bekommen. Personal könnte kurz- bis mittelfristig noch hinzukommen, es gebe aber keine konkreten Vorstellungen dazu. Ansonsten seien „keine Einschränkungen“ vorhanden, langfristig könnten sich also alle Bereiche im Wiki engagieren (4.1).

Als Inhaltstypen sind im Wiki FAQ, Glossar, Fachartikel, Protokoll, Brainstorming und Dokumentation vorhanden. Zusätzlich gebe es reine Projektwikis⁶¹, wo „Issue Tracking“ mit dem „Dynamic Tasklist Macro“ stattfindet. Außerdem gebe es die Projektdokumentation, Meeting Minutes und Agendas. Ein weiterer Inhaltstyp sei die Enzyklopädie (s.o.). Schließlich gebe es noch „Social Articles“, z.B. eine Mitfahrbörse, Hotel-, Restaurant-Empfehlungen, Infos zu Sportstätten (z.B. Volleyball) (4.2).

Weitere Inhaltstypen sind gegenwärtig nicht denkbar: Es ist „hoffentlich alles abgedeckt“ (4.3).

Für grundsätzlich ungeeignet für das Wiki werden von E. „released documents“ gehalten: Diese „können nicht eingefroren werden“ (4.4).

Das Wiki wurde vor dem „Go live“ von festen Mitarbeitern mit Inhalten befüllt – mit allen bereits erwähnten Inhaltstypen, dem „Status aus dem Piloten“. Die Inhalte waren also schon im Piloten vorhanden. Dieses Vorgehen bewertet E. im Nachhinein: „Es gibt

⁶⁰Beispiel: Auf die o.g. E-Mail des Vice President gab es Kommentare im Wiki, die eher Forumscharakter hatten.

⁶¹Anmerkung: Auf Basis von Confluence, ohne Anbindung des Issue Trackers JIRA vom selben Hersteller.

nun ein Verständnis, was wie im Wiki abgebildet werden kann. Früher wurde viel mit ‚Kästchen‘ gearbeitet (Portal-Charakter). Das Layout hat sich weiterentwickelt. Jetzt wird Fließtext als ideal angesehen (‚einfacher stricken‘). Problem: Die Leute beziehen sich auf die ‚alten Ansätze‘“ (4.5).

Reichweite Die Reichweite des Wikis ist unternehmensintern. Ganz wenige Bereiche sind abgeschlossen. Ziel: „Jeder darf überall schreiben“ (5.1).

E. kann sich vorstellen, das Wiki oder Teile des Wikis für Externe zu öffnen, aber „die Company hat damit noch Probleme“. Ein Lieferant hat ein Interesse, mit L.⁶² über ein Wiki zusammenzuarbeiten. Seitens L. gab es aber „kein Wohlwollen“: „Supplier als Monopolist“ hätte gegenüber seinen Wettbewerbern Vorteile. E. findet dagegen, dies wäre gut für das Unternehmen und verweist auf die enge Bindung von Airbus mit seinen Lieferanten. Sein Fazit: Wiki-Technologie sei noch nicht etabliert genug, noch nicht reif (5.2).

Die Externen, für die E. das Unternehmenswiki am wenigsten öffnen würde, sind Wettbewerber (5.3).

Bisher hat das Unternehmen keine Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis gesammelt, die es selbst anbietet (5.4).

Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, sind E. nicht bekannt – dies könnte sich für ihn aber in Zukunft verstärken, er schätzt es sogar als „überlebenswichtig“ an (5.5).

Die Anwender in Unternehmen L arbeiten insgesamt „global verteilt“ im Wiki (5.6).

Im Wiki sind viele Sprachen vertreten: Slowakisch, Italienisch, Deutsch, Englisch, Spanisch und Chinesisch. Englisch sei am meisten verbreitet. Man konzentriere sich bewusst nicht auf eine Sprache:

„Lieber sollen sich die Kollegen in ihrer Muttersprache austauschen als gar nicht. Zum einen ist die Fremdsprache eine Hürde und es droht zum anderen Informationsverlust [Anmerkung: durch unpräzise Übersetzungen]“ (5.7).

Das Problem der Konsistenz stelle sich „noch nicht“. Überschriften sollten grundsätzlich auf Englisch eingetragen werden. Die Moderatoren haben täglich einen Blick auf das Wiki – das sei machbar – und nehmen ggf. Kontakt mit dem Autor auf. Bereits heute gebe es im Wiki überwiegend englischsprachige Inhalte. Es wurde einmal ein Versuch unternommen, mit Übersetzungssoftware zu arbeiten – das Ergebnis war aber „nicht zu verwenden“ (5.7).

⁶²Anmerkung: und mit Robert Bosch.

Strukturierung E. plädiert für eine flache Struktur, die „Spaces⁶³ selbst sind schon Struktur: Das Wiki hat keine Struktur – es gibt Links.⁶⁴“ E. begründet seine Meinung so: „Strukturen brechen irgendwann zusammen, außerdem ist die Darstellung kompliziert“ (6.1).

An speziellen Wiki-Rollen gibt es Moderatoren, der Übergang zu Wiki-Gärtnern wird als fließend angesehen. Die Rollen sind speziell den Wikis bzw. Spaces zugewiesen. Die Moderatoren haben mehr Rechte als normale User, dürfen z.B. löschen. Der Admin ist eine rein technische Rolle und hat mehr Rechte als der Moderator. E. mag keine „Silos“ bzw. „Department Wikis“ – der Moderator sollte überall eingreifen können (6.2).

Integration Methodisch wird das Wiki in Unternehmen L vom Knowledge Management, dem Portal-Team und der Corporate IT verantwortet (7.1).

Schnittstellen hat das Wiki zu folgenden Systemen: E-Mail, teilweise RSS-Feeds, Intranet, Internet, Fileserver, Collaboration Room und zur Suchmaschine⁶⁵. Zum Extranet gibt es keine Schnittstelle. Alle Schnittstellen sind für E. „gleich wichtig“, darüber hinaus wünscht er sich momentan keine weiteren Schnittstellen (7.2).

Das Wiki ist „teilweise“ explizit in den Arbeitsalltag integriert – in den Projektwikis (Projektlisten, todos, etc.). Allerdings würden diese Inhalte nicht unbedingt gemeinschaftlich gepflegt. Zielvereinbarungen zum Wiki gebe es nicht (7.3).

Kollaboration Eine Wikiquette wird laut E. vorgegeben: „Es wurden Beispiele anderer Unternehmen gesichtet und davon ‚das beste‘ genommen“ (8.1).

Eingriffe von Moderatoren waren bereits nötig: Mehrere Artikel seien zu einem Thema zusammengeführt oder die Rechtschreibung korrigiert worden. „Also eher Redaktionsarbeit, weniger strukturelle Arbeit“ (8.2).

⁶³ Anmerkung: Damit sind „Unterwikis“ in Confluence gemeint.

⁶⁴ Problematisch seien große „Wissensdokumente“ im Wiki – der PDF-Ausdruck samt Kindseiten ist kompliziert. Das Wiki könne sonst anstelle von PowerPoint genutzt werden: Präsentation von Wiki-Inhalten in Meetings.

⁶⁵ Die Wiki-Suchmaschine – Apache Lucene – wird als besser eingeschätzt als die Intranet-Suchmaschine Autonomy.

Die Kollaboration finde „eher symmetrisch“ statt – mehr Asymmetrie wäre gewünscht (8.3).

Qualität Auf die Frage, welche Herausforderung seiner Meinung nach größer sei – bestehende Inhalte zu verbessern oder neue Inhalte zu ergänzen – antwortet E., der Fokus liege auf neuen Inhalten, die eine gewisse Qualität haben müssten (9.2).

Die Kriterien für einen qualitativ hochwertigen Artikel kommen für E. „auf den Bereich an“. Verständlich müsse der Artikel sein und offen für Ergänzungen („kollaborativ“). Offene Kriterien zählten dazu. Der Titel müsse zum Inhalt passen. Quellen, eher im Sinne von Ansprechpartnern, seien wichtig – die Rechtschreibung weniger. In Projektwikis dagegen sei eher die Vollständigkeit von Bedeutung, die Aktualität und die Auffindbarkeit – mittels „Labels“ (9.3).

Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel wird bisher nicht genutzt, ist aber „requested“. Ein solches Bewertungssystem müsste für E. aussehen „wie das Bewertungs“-Plugin von Unternehmen C“, es wäre sinnvoll und eher motivationsfördernd (9.4).

Proliferation („Wucherung“) in den Wikis wird für den Befragten „eher weniger“ langfristig ein Problem (9.5). Über Automatismen (Bots), um die Wiki-Inhalte zu verbessern, „wurde noch nicht nachgedacht“ (9.6).

Akzeptanz und Motivation Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, werden laut E. nicht genutzt (10.2). Die Mitarbeiter seien zur Wiki-Arbeit intrinsisch motiviert: das „Gefühl, etwas nützliches zu machen“ (10.3.).

Resumee und Ausblick Als die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis nennt E. (11.5):

- Anbinden an Geschäftsprozesse, an die tägliche Arbeit
- „Alles in einem Tool“ (s.o.)
- Offenheit

E. vertritt folgende Meinung zur Unternehmenskultur:

„Das Wiki wird – gewollt – die Unternehmenskultur beeinflussen: hinsichtlich Transparenz, Offenheit und Kollaboration“ (11.5).

Selbst entwickelt das Unternehmen keine Erweiterungen für die Wiki-Software (11.6).

Zur Zukunft von Unternehmenswikis wagt E. die folgende Prognose: „Der Trend wird weg vom Intranet und hin zum Wiki – bzw. Web 2.0-Anwendungen allgemein – gehen. Technologisch wird die Tendenz dahin gehen, alle Web 2.0-Anwendungen ‚in einer Suite‘ zu versammeln. Ähnlich [der Software] Microsoft SharePoint, der aber noch lange nicht das ‚Nonplusultra‘ darstellt“ (11.7).

Umsetzung und Zielerreichung

Die Ziele, die mit den Wikis verfolgt werden, bringt E. mit einem Slogan auf den Punkt: „Connecting the brains of the L employees“ – Vernetzung des Mitarbeiterwissens. Im Moment befinde sich das Unternehmen „auf dem Weg dahin“ – quasi noch in der „Krabbelfase“ (2.2).

Die Intensität der Wiki-Nutzung durch die Mitarbeiter insgesamt bewertet E. so: „Die Durchdringung ist unterschiedlich: am Standort Bratislava in der Slowakei wird z.B. viel gelesen. Unternehmensweit kann man noch von gar keiner Wiki-Nutzung sprechen“ (7.4).

Zum Reifegrad der Wiki-Inhalte vermutet E.: „unterschiedlich – alle Stufen sind vorhanden“ (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern insgesamt schätzt E. „uneinheitlich“ ein (10.1).

Generell mit dem Einsatz der Wikis zufrieden ist E. nicht. Als Verbesserungspotenzial nennt er „mehr Nutzung“: Lesen und Schreiben und eine „größere Durchdringung in der ‚Company‘“ (11.1).

Schwierigkeiten bei der Nutzung seien keine aufgetreten, „der Edit-Button ist nur etwas versteckt“ (11.2).

Zu den Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung im Unternehmen äußert E.: „Die Transparenz wird insgesamt positiv gesehen“ (11.3).

Die bereits geschilderten Erwartungen vor der Wiki-Einführung haben sich für E. bisher nicht erfüllt (11.4).

B.5.6 Unternehmen E

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Unternehmen E ist als Gesamtkonzern in der Logistik-Branche tätig, der befragte Bereich betreibt Inhouse Consulting. Im gesamten Unternehmen haben mehrere zehntausend Mitarbeiter einen PC-Arbeitsplatz, ca. 100 Mitarbeiter arbeiten im Inhouse Consulting⁶⁶. Es gab einen Wiki-Piloten. Nun wird Wiki als Produkt bzw. Dienstleistung „verkauft“. Für den Gesamtkonzern konnte der Befragte ad hoc keine Angaben zum Umsatz machen, im Inhouse Consulting liege er im zweistelligen Millionenbereich (1.2).

In Unternehmen E wurde M. interviewt. Als Teamleiter Inhouse Consulting befasst er sich mit Aufgaben wie Unternehmenssteuerung und Informationsmanagement. M. ist gelernter Dipl.-Kaufmann und hatte bei der Wiki-Einführung die Rolle des Initiators inne (1.1).

Seit Mitte 2005 kommen im Unternehmen Wikis zum Einsatz. An weiteren Social-Software-Anwendungen setzt das Unternehmen seit Mitte 2005 nach Angaben von M. Lotus Sametime als „erweiterte[n] Messenger (VoIP)“ und Social Networking Tool ein, genutzt würden Skype, Podcasts und „Wiki als Feeder für Videodokumente (mehr als Videocasts)“ und Filesharing. Der Einsatz weiterer Social-Software-Anwendungen ist nicht geplant – „die Wiki-Anwendung soll verbreitert werden“⁶⁷ (1.3).

Einführung Initiiert hat das Wiki M., zum Thema Einführung wurde [156, S. 164-176] erwähnt. Im Folgenden sollen die wichtigsten Punkte – aus dem Interview – wiedergegeben werden:

„Die Entscheidung für ein Wiki war nicht der erste Schritt, dies hat sich im Zuge des Wissensmanagements entwickelt. Zunächst ging es um Fragen der Struktur, des Prozesses, der Kommunikation und der Motivation – erst danach um die Plattform: viel ‚Nicht-IT‘ am Anfang. Es gab Abstimmungsrunden, Workshops und Präsentationen mit allen Mitarbeitern. Der Start war ein sog. ‚Himmel und Hölle Workshop‘⁶⁸. Der Einstieg war ein ‚analoges Wiki‘ – ein

⁶⁶Dieses ist als eigenes „Profit Center“ – „Unternehmen im Unternehmen“ – organisiert (1.2).

⁶⁷So soll z.B. ein eigenes WebDAVPlugin entwickelt werden, um eine Funktion ähnlich dem Gruppen-Laufwerk zu haben und Dokumente nicht im Wiki hochladen zu müssen. Jeder Space [Anmerkung: separat administriertes „Unterwiki“ in Confluence] habe so einen freigegebenen Ordner und mit Hilfe eines HTML Makros könne ein „Explorer im Wiki“ realisiert werden. Im Ergebnis also keine Links mehr auf Gruppenlaufwerke – Ersatz der Gruppenlaufwerke – mehr Funktionalität als der normale Explorer (1.3).

⁶⁸Zu dessen Inhalt: „Es wurde ‚Vergangenheitsbewältigung‘ betrieben. An einer Zeitschiene wurde aufgetragen, was es im Wissensmanagement in den letzten Jahren gegeben und was nicht funktioniert hat. Zusätzlich wurden Punkte vergeben, was davon bekannt war. Schließlich ging es um die Frage: ‚Was wäre für das Wissensmanagement schön‘ (Himmel) und ‚Was wäre schrecklich‘ (Hölle). Die Realisierung – Fokus: Technik und Usability – war noch außen vor“ (2.1).

Maskottchen mit Skype-Me-Kennung als Identifikationspunkt. Wissensmanagement wurde damit als Hilfesuche aufgefasst. Azubis nahmen die Anfragen der Mitarbeiter entgegen und führten entsprechende Recherchen durch – aber erst nach Bezahlung. Diese musste – nicht-monetär – mit Wissen erfolgen, d.h. die Nachfrager mussten z.B. ein White Paper oder ein Konzept ‚rausrücken‘. Damit war die Basisbefüllung eines noch nicht existenten Systems gegeben, der noch eine Struktur gegeben werden musste⁶⁹. Die Struktur (‚Wonach wird gesucht‘) basierte schließlich auf den [sog.] ‚4P‘: People, Projects, Prospects (Kunden) und Playgrounds. Für die Benutzer wurde außerdem ein Artefakt entworfen: eine – quasi endlose – Magnetpyramide, deren vier Seiten – egal wie man sie dreht – immer zusammengehören. Diesen vier Dimensionen wurden die Inhalte zugewiesen.“ (2.1)

Die Entscheidung für die Wiki-Software „Confluence“ fiel nach M. wegen des Preises⁷⁰, der Leistung, der Stabilität und wegen des Supports (2.3).

Die Wiki-Einführung fand sowohl „bottom-up“ als auch „top-down“ statt. Der Stellenwert sei bei den Führungskräften hoch – allerdings auch, weil Wiki ein „Hype“ bzw. „In-Thema“ sei. Lieber sind M. die Führungskräfte, die das Wiki auch „exzessiv“ nutzen wollen und dafür auch „Mittel freischießen“ (2.4).

Die Einführung wurde mit Hilfe von Workshops und sog. „Marvin Awards“⁷¹ kommuniziert. Außerdem wurde in internen Medien publiziert, z.B. Vorstellung des Einkauf-Wikis in der „E Welt“ (2.5).

Es werden Schulungen angeboten, die als „klassische Vorführung“ und Hilfe am Arbeitsplatz, sog. „Floorwalking“⁷² ablaufen. Im Intranet bzw. Wiki gibt es außerdem ein Tutorial. Schließlich habe es noch die Einführungstage⁷³ bzw. „Medientage“ nach dem „First come, first serve“-Prinzip gegeben. Dieses Vorgehen hat sich für M. bewährt (2.6).

Schulungsmaterial ist online – im Wiki – verfügbar (2.7).

Abgrenzung Für M. gibt es Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen, diese würden im Intranet zusammengeführt:

⁶⁹Begründung: „Blankes Wiki funktioniert nicht“ und „Keine Grenze ist eine Hürde“.

⁷⁰M. meint damit die sog. „TCO“ (Total Cost of Ownership).

⁷¹Anmerkung: Preise für die besten Wiki-Projekte – aufgezogen „wie die Oscar-Verleihung“, mit Plakaten und goldener Statue. Für die 2. Verleihung wurde Marvin entführt und es gab dazu eine mehrteilige Podcast-Serie. Dieses Marketing hatte zum Ziel, „zum Lachen zu bringen“ – Wiki muss „Spaß“ machen. Die Wikianer sollten als „coole Truppe“ eingeschätzt werden: „es ist wichtiger, dazuzugehören, als nicht dazuzugehören“. Beim 3. Marvin Award gab es schon ca. 800 Nutzer. Viele suchen mittlerweile erst im Wiki, dann in Google. Trotzdem gibt es geschäftsbedingt auch Phasen der Nicht-Aktivität, es wird aber nachgetragen.“

⁷²Das läuft so ab: Ein Mitarbeiter steht z.B. einen Tag im Bereich zur Verfügung und man muss nur „auf den Flur rufen“, um Hilfe zu erhalten.

⁷³Dabei stand von 9-14 Uhr kostenlos ein Trainer zur Verfügung.

- Keine Konkurrenz seien die F2F-Besprechung, Foren und Chats.
- E-Mail zähle „weniger“ zu den Wettbewerbern.
- Mit dem Intranet bzw. dem WCMS⁷⁴ sei der Wettbewerb „nicht so stark“: „Offizielle Infos muss es geben“. „Abnahmestrukturen“ sollten nicht ins Wiki, „andere sehen das allerdings anders“. Die Inhalte im Wiki sind „evtl. nicht richtig“ – dafür ist das Intranet „schon rigide“ und nicht sehr schnell⁷⁵: Nur Redakteure könnten Eintragungen vornehmen und die Rechtsabteilung müsse vor der Veröffentlichung auch „drüber schauen“.
- Fileserver sollen ins Wiki integriert werden (s.o.: via WebDAV)
- Web Conferencing / VoIP / Chat: Mit dem MP3-Erfinder sei man dabei, eine „user-friendly“ Schnittstelle zu schaffen, um es Laien zu ermöglichen, Audiomitschnitte direkt ins Wiki zu übertragen und zu taggen⁷⁶.

Die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit sieht der Befragte nicht als problematisch an (3.2).

Zur Frage, ob es Richtlinien dazu gebe, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen, vertritt M. die Einstellung: „Weniger ist mehr“ (3.3).

Inhalt Als Unternehmensbereiche sind im Wiki Forschung und Entwicklung, Einkauf, Vertrieb, Marketing, Personal, Produktion – mit einem eigenen Portal – Training / Weiterbildung und Controlling vertreten. Damit sei „ein Fünftel der [mehreren zehntausend] potentiellen Kunden“ bereits erreicht. Auch Bereiche wie „Legal“ oder der Betriebsrat seien als Wiki-Nutzer denkbar. Bereiche, die auch langfristig nicht dazukommen können, gibt es nach Meinung von M. keine (4.1).

Als Inhaltstypen sind im Wiki FAQ und Glossar „weniger“ vertreten, dafür aber Fachartikel, Protokolle, Brainstormings, Dokumentationen. Außerdem wird das Wiki als Projektplattform genutzt: „Gruppenlaufwerke sind zu kompliziert. Mit dem Wiki könne man dagegen schnell „umschwenken und Inhalte veröffentlichen“⁷⁷“ (4.2). An weiteren Inhaltstypen hält M. Word, Excel, PowerPoint und PDF (s.o. Projektplattform) für möglich

⁷⁴Web Content Management System.

⁷⁵Anmerkung: In der Veröffentlichung von Inhalten.

⁷⁶Problematisch sei dabei: „Bei Musik ist man schon soweit, dass das Genre u.ä. automatisiert getaggt werden kann – bei Gesprächen ist eine solche Funktion noch nicht absehbar.“ Zusatzbemerkung: Für die mittelfristige Wiki-Integration sei es für M. notwendig, dass Wissen direkt erfasst werden kann – nicht nachträglich aufgenommen werden muss. Dies ist ein „integraler Bestandteil der Prozessunterstützung: Wiki als ‚SAP der Kommunikation‘. Wiki-Arbeit am Ende des Tages funktioniert nicht. Alles ist Wissensmanagement. Confluence ist nur Teil der technischen Plattform. Dazu gebe es eine Motivationsschicht, Organisationsschicht (usw.)“ (3.1).

⁷⁷Am besten wäre es für M., Word und PowerPoint zu verbieten und Office nur zur Formatierung zu nutzen. Ein Office-Addon wurde vom Unternehmen bereits getestet, für PowerPoint funktioniere es aber noch nicht. Schließlich wurde ein Makro entwickelt, das aus Wiki-Seiten CI-konforme („CI“ steht für Corporate Identity) Mitarbeiter-Profile – ähnlich CV: Kenntnisse, Projekterfahrungen etc. – generiert. Es werden also auch Inhalte in „kundentauglichem“ Layout automatisch generiert (4.2).

(4.3).

Auf die Frage, welche Inhaltstypen er für grundsätzlich ungeeignet halte, antwortet M, dass selbst Workflows mit einem Plugin⁷⁸ möglich seien (4.4).

Das Wiki von Unternehmen E wurde vor dem „Go live“ von mehreren festen Mitarbeitern in mehreren Wochen mit Inhalten befüllt, um eine „kritische Masse an Inhalten“ zu erreichen. Man würde wieder so vorgehen (4.5).

Reichweite Als Reichweite für das Wiki gibt M. unternehmensintern an (5.1). Aktuell kann er sich nicht vorstellen, das Wiki oder Teile des Wikis für Externe zu öffnen, dies sei aber eher ein „Infrastruktur-Problem“ (5.2). Am wenigsten würde er das Wiki für Wettbewerber öffnen, für Kunden: „weiß nicht“ (5.3).

Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis – die vom Unternehmen angeboten werden – wurden bisher keine gesammelt (5.5). Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, sind M. nicht bekannt. Er glaubt „weniger“, dass sich das in Zukunft ändern könnte, da die Zeit dafür fehle (5.5).

Die Anwender arbeiten insgesamt räumlich verteilt im Wiki – „trifft voll zu“ – auch international (5.6). Als Sprache ist aktuell überwiegend Deutsch im Wiki vertreten (5.7).

Strukturierung Das Wiki wird mit Templates, Tags und als Baum strukturiert. Auch der Space als solcher dient als Mittel zur Strukturierung. Es gebe sogar Plugins, um Strukturen (Beispiel „4P“, s.o.) teilweise zu automatisieren. In den Projekten sei die Linkkonsistenz wichtig, es werden Formulare, das „Scaffolding-Plugin“⁷⁹ und ein Spider eingesetzt. Die Liste der automatisch ergänzten Links muss allerdings noch von einem Menschen freigegeben werden: „Der Faktor Disziplin ist nur durch Überwachung zu erreichen“ (6.1).

Spezielle Wiki-Rollen seien nicht definiert worden (6.2).

⁷⁸Vgl. <http://www.gliffy.com/confluencePlugin/>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

⁷⁹Vgl. <http://confluence.atlassian.com/display/CONFEXT/Scaffolding+Plugin>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

Integration Methodisch verantwortet im Unternehmen der Bereich Weiterbildung / Training das Wiki. Die Unternehmenskommunikation hätte diesem Bereich das Wiki „gern weggenommen“⁸⁰. Die organisatorische Trennung habe allerdings Vorteile. So habe das Wiki den „Hauch des Verbotenen“, wecke Interesse und motiviere, sich bei dieser „Underground Truppe“ zu beteiligen (7.1).

Zu folgenden Systemen hat das Wiki Schnittstellen:

- E-Mail: nur einseitig: Lotus Notes versendet E-Mails (z.B. Notifications). „Das Wiki darf keinen eigenen Mailserver haben, das darf nur Lotus Notes.“
- RSS-Feeds: genießen zusammen mit E-Mail Priorität.
- Sonstige: Intranet, Extranet, Fileserver (soll ins Wiki gezogen werden, s.o.). Außerdem wird die Funktion „Who’s online“ genutzt.
- Collaboration Room: geht technisch nicht.

Für M. sind alle Schnittstellen gleich wichtig. Darüber hinaus wünscht er sich eine Synchronisation des Kalenders mit dem Wiki-Kalender⁸¹, ähnlich wie eine PDA-Synchronisation. Dazu wären allerdings Gmail-Accounts für die Mitarbeiter nötig, was wiederum illusorisch sei. Der Wiki-Kalender werde daher wenig genutzt, auch in Projekten (7.2).

Laut M. ist das Wiki explizit in den Arbeitsalltag integriert – „sonst funktioniert es nicht“. In Projekten, in der Disposition in der Produktion, in der Planung, in der Strategie wird das Wiki als Kommunikationsplattform genutzt – auch im 7x24h-Schichtbetrieb. Das habe sich bewährt (7.3).

Kollaboration Zur Frage, ob eine Wikiquette vorgegeben werde, antwortet M., dass durch die CI⁸² – wenige – Verhaltensempfehlungen⁸³ vorgegeben würden. Bsp.: Es darf „nichts Verletzendes“ eingetragen werden. Wenn ein Account angelegt werde, müsse der Mitarbeiter unterschreiben, dass er diese Empfehlungen gelesen und akzeptiert habe. Über das System „Konzern-Telefonbuch“ bekommt er dann eine Mail mit einem Aktivierungs-Link geschickt – so wird Konformität mit dem Bereich Konzernsicherheit erzielt (8.1).

Ob die Kollaboration eigenständig abgelaufen sei, beantwortet M. damit, dass am Anfang ein IBM Coach⁸⁴ Unterstützung geleistet habe, „um sich generell an die Methodik heranzutasten und ‚Ideen Sparing‘ zu betreiben“ (8.2).

⁸⁰Das Verhältnis beschreibt M. trotzdem als gut.

⁸¹Dabei handelt es sich um den Kalender von Google.

⁸²Corporate Identity.

⁸³Auf ca. einer viertel Seite.

⁸⁴Dieser ist ein „langer Kontakt“ von M. (8.2).

Kollaboration findet nach Beobachtung von M. sowohl symmetrisch als auch asymmetrisch statt, wie stark die Symmetrie bzw. Asymmetrie ausgeprägt ist, „kann man nicht sagen“ (8.3).

Qualität Ob die Herausforderung größer sei, bestehende Inhalte zu verbessern oder neue Inhalte zu ergänzen, beantwortet M. mit: „Neue Inhalte zu ergänzen und die Struktur zu verbessern“ (9.2).

Einen qualitativ hochwertigen Artikel zeichne aus, dass er „umfassend“ sei und über Links und angehängte Dokumente verfüge (9.3).

Mit einem Bewertungssystem für Wiki-Artikel „fangen wir an“: Bei manchen Artikeln steht zunächst die Überschrift und es sollen z.B. Smilies eingefügt werden können, um die Frage: „Soll man da weitermachen?“ zu beantworten. Ein Bewertungssystem schätzt M. „eher motivationsfördernd“ ein (9.4).

Langfristig sieht M. Proliferation („Wucherung“) als ein Problem an⁸⁵ (9.5).

Ob Automatismen (Bots) zum Einsatz kämen, um die Wiki-Inhalte zu verbessern, beantwortet M. damit, dass man dabei sei, es gebe bereits (fast) einen Automatismus, um Links zu ergänzen (s.o.) (9.6).

Akzeptanz und Motivation Als Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, würden z.B. die bereits erwähnten „Marvin Awards“ genutzt. Außerdem bemisst sich ein prozentualer Anteil der Sondervergütung an der „Partizipation am Wissensmanagement“ (10.2). Zielvorgabe sei beispielsweise, ein Thema umfassend zu entwickeln. Wenn man sich stark verteilt engagiere, könne ein solches Ziel aber auch erreicht werden. „Die Zielvereinbarung ist in diesem Zusammenhang also wichtig“ (10.2).

Was die Mitarbeiter zur Wiki-Arbeit motiviere, erklärt M. so: „Die Zielvereinbarung, die Erkenntnis, dass man Vorteile hat⁸⁶ – um Lurker, die durch ihr auf Wiki begründetes Eigenmarketing ggf. Unmut auslösen könnten, zu stoppen (10.3).

⁸⁵Seine Erläuterung zur Proliferation: „Man steigt in seinem Bereich bzw. Space ein, sieht seine Mitarbeiter, sein internes Wiki. Es entstehen aber möglicherweise auch Inhalte, die für andere nutzbar sein sollten. Weil der Space aber eine ‚dedizierte Struktur‘ hat, muss er – bzw. die offenen Inhalte – nun aufwändig migriert werden. Wäre ein Space aber zu offen, gäbe es keine Akzeptanz und damit Inhalte. Daher ist der Startpunkt oft: ‚andere sollen nichts sehen‘“ (9.5).

⁸⁶„Netiquette: ich schenke im Bewusstsein, beschenkt zu werden“ (10.3).

Resume und Ausblick Die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis sind für M.:

- Vereinbarte (Basis-)Struktur
- Commitment mit Mannschaft und Management
- „Schrittweise Einführung, früh starten, sukzessive weiterentwickeln“
- Kommunikation, Motivation bestimmen in der Einführung: „Wiki muss Spaß machen!“ (11.5).

Die Wiki-Einführung hat nach Einschätzung von M. „jetzt schon“ die Unternehmenskultur beeinflusst (11.6).

Unternehmen E entwickelt selbst Erweiterungen für die Wiki-Software (s.o.) (11.7).

Zur Entwicklung von Unternehmenswikis in den nächsten Jahren wagt M. die folgende Prognose:

„Wikis werden die Zentralplattform für Kommunikation und Dokumentation werden. Wenn Open Office abgespeckt gleich mit eingebaut ist, bräuchten die Leute kein Office mehr, was Overhead⁸⁷ und Kosten einsparen könnte. Gute Basisfunktionen wären ausreichend, 90% der Mitarbeiter sind ohnehin online. Informationen und Kommunikation wäre über Wiki gleich abgelegt und verfügbar, Tools wie ‚Google Desktop Search‘ unnötig“ (11.8).

Ein weiteres Thema sind für M. neue Plugins

- um „Dashboards für Kennzahlensysteme im Wiki“ oder
- um einen „Ersatz für das Durchsuchen von Ausschreibungs-Datenbanken“ oder
- um die „Analysefunktionen von Projekt-Management-Tools“ zu haben (11.8).

Umsetzung und Zielerreichung

Die Ziele, welche mit seinen Wikis verfolgt werden, schildert M. so: „Wissenserfassung, -bereitstellung: Wissen so abbilden, dass es für alle besser nutzbar ist. So können Projekte schneller starten und sich der Informationsaustausch evtl. verbessern“. Diese Ziele sieht er als erreicht an (2.2).

Das Wiki wird von den Mitarbeitern insgesamt „schon intensiv“ genutzt. „75%⁸⁸ der 100 Inhouse Consultants suchen erst im Wiki, dann mit Google“ (7.4).

Zum Reifegrad der Wiki-Inhalte allgemein äußert M., „es ist alles dabei“, generell sei der Reifegrad hoch (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern insgesamt schätzt M. als „gut“ ein

⁸⁷ „90% der Funktionen werden ohnehin nicht genutzt“ (11.8).

⁸⁸ Diese Zahl hat M. „aus Rückmeldegesprächen und aus Webstatistiken“ bezogen (7.4).

(10.1).

M. ist generell mit dem Einsatz des Wikis zufrieden: „ein neues, erfolgreiches Produkt“ (11.1). Verbesserungspotenzial auf seiten der Technik sei: Stabilität und Schnittstellen zu WebDAV, Outlook, Lotus Notes Contacts. Zum Editor: „Wenn die Schnittstelle zu Open Office funktioniert, braucht man keinen Editor im Wiki. Für Word und Excel klappt es schon ganz gut, für PowerPoint und Draw⁸⁹ noch nicht“ (11.1).

Schwierigkeiten bei der Nutzung seien durch mangelnde Abwärtskompatibilität – von Plugins – aufgetreten, wodurch Inhalte verlorengegangen seien (11.2).

Die Transparenz innerhalb des Wikis „wird positiv gesehen“ (11.3).

Die Erwartungen vor der Wiki-Einführung

- schneller im Arbeitsalltag werden,
- „Reuse von Wissen“,
- mehr Transparenz und
- „Themen aktiv geplant neu entwickeln – weiße Flecken planvoll entdecken“

sind nach Meinung von M. erfüllt worden (11.4).

B.5.7 Unternehmen F

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Unternehmen F ist ein großer Industriekonzern, in dessen IT-Bereich das Interview stattfand. Im gesamten Unternehmen arbeiten mehrere hunderttausend Menschen, Angaben zum Umsatz im Jahr 2007 konnten die Interviewpartner ad hoc zwar nicht machen (1.2) – dieser ist aber öffentlich zugänglich und lag bei im zweistelligen Milliardenbereich.

Interviewt in Unternehmen F wurde vorwiegend H. Anwesend waren außerdem noch Y., X. – die sich punktuell äußerten – sowie P. und E. H. und Y. sind Teil des „Corporate Computing Team“, welches X. führt. Das Team beschäftigt sich mit Linux und Unterstützung für Open-Source-Software allgemein⁹⁰. Insgesamt umfasst das Team 18 Personen in Deutschland und Russland. H. kam 2003 dazu, Y. im Jahr 2004. P. und E. sind Kollegen aus demselben Unternehmensbereich, sie befassen sich u.a. mit Corporate Wikis und Blogs. H. ist Dipl.-Ing. (FH), Y. Dipl.-Ing., X. Dipl.-Ing. (FH), P. Dr.-Ing. und E. Dipl.-Psychologe. Ihre Rolle bei der Wiki-Einführung schildern die

⁸⁹Name eines Zeichenprogramms.

⁹⁰Als Themen werden Embedded Systems, Open Platform, Bsp.: Bootloader-Anpassung, -Freigabe genannt

Befragten folgendermaßen: Ein Kollege – M. – von X. sei der ursprüngliche Initiator. Im Vorfeld des Projekts habe er einen „Claim“ auf die Domain „wiki.f.de“ erhoben. X. habe die finanziellen Mittel gehabt. Das Motto zum Vorgehen: „Machen wir einfach“ – ohne den Bereich „Corporate Communication“ einzubeziehen. Seit Ende 2003 würden Technologien aus dem Open-Source-Umfeld für „Distributed Collaboration“ eingesetzt (1.1). Der initiale Traum sei gewesen:

„Innerhalb F eine Plattform schaffen, die Best Practice und Know How Transfer unterstützt – ohne viel Aufwand“ (1.1).

Bereits seit Ende 2003 werden Wikis eingesetzt. Bei den Anwendungstypen Weblogs und Social Networks würden nur die öffentlichen Plattformen genutzt. Social Tagging und Social Bookmarking kämen „weniger“ zum Einsatz. Ansonsten nutze man Instant Messaging und Anwendungen wie Bugzilla und Sourceforge⁹¹. Allerdings schränken die Befragten wieder ein: „Irgendwo [sei bei F] alles [im Einsatz]“ – sie können also nicht für den gesamten Konzern sprechen. Die genannten Systeme seien seit 3 Jahren im Einsatz, Instant Messaging seit 2004. Auf die Frage, ob der Einsatz weiterer Social-Software-Anwendungen geplant sei: „Klar – alles, was der Konzern erlaubt“. Für die Befragten sind dabei „alle Mainstream-Open-Source-Anwendungen“ denkbar, auch öffentliche Social Networking Services⁹² (1.3).

Einführung M. und X. haben – wie bereits erwähnt – das Wiki initiiert (2.1).

Die Wiki-Einführung fand bottom-up statt, „Corporate Communication ist inzwischen eingeweiht“. Die „Wikisphere“ und die „Blogosphere“ seien in die „offizielle Infrastruktur“ integriert (2.4).

Kommuniziert worden sei die Einführung „eigentlich gar nicht“⁹³ (2.5).

Schulungen fanden keine statt⁹⁴ – sie werden als „nicht nötig“ angesehen. Zielgruppe für das Wiki ist ganz F. Man wollte „nicht zu sichtbar“ sein (2.6).

Schulungsmaterial ist nicht online verfügbar – „das Wiki orientiert sich am MediaWiki-Standard“. H. hat mal „ein bisschen Doku“ geschrieben – mit ein bis zwei Stunden Zeitaufwand (2.7).

⁹¹ Anmerkung: Diese werden in diesem Kontext nicht zu Social Software gezählt.

⁹² Der Bereich „Corporate Communications“ veröffentliche heute schon auf Youtube, vgl. <http://www.youtube.com>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

⁹³ Vorstellungen gab es auf Events, z.B. dem „Linux Inside Event“, der über eine Mailingliste organisiert wird. Auf der Intranetseite „linux.f.de“ können Linux-Distributionen heruntergeladen werden – dort wurde auch ein Link auf das Wiki eingetragen (2.5).

⁹⁴ „Es gab vor zwei Jahren mal ein Projektwiki und eine Schulung dazu – hatte aber eher Demo-Charakter. Teilnehmer waren alle Projektleiter (ca. 30)“.

Abgrenzung Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen, gebe es eher im Abteilungswiki⁹⁵: Es gibt Diskussionen, ob der Projektstatus im Wiki oder auf dem Fileserver dokumentiert wird. Wettbewerber des Wikis sind für die Befragten somit Fileserver, teilweise E-Mail, das Intranet nicht (3.1).

Die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit wird nicht als problematisch angesehen (3.2).

Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen, gibt es nicht – die Inhalte seien gewachsen. Es gebe eine „Pseudo Policy“: Fachartikel sollen ins F Wiki, damit sie auch von anderen genutzt werden können⁹⁶ (3.3).

Inhalt Die Unternehmensbereiche Forschung&Entwicklung und „Shared Services“ (Dienstleistungen) sind im Wiki vertreten. Begründung: In diesen Bereichen gibt es hinsichtlich „Informationsflut“ und Zusammenarbeit den „höchsten Leidensdruck“ und zu Wikis die „höchste Affinität“. Es könnten kurz- oder mittelfristig schon welche hinzukommen, z.B. der Vertrieb. Auch langfristig nicht dazu kommen nach Meinung der Befragten „Personal“ – fraglich, ob es so viele öffentliche Infos gebe, vieles sei vermutlich vertraulich – und „Legal“ – hat schon eine „schöne Intranetseite“⁹⁷ (4.1).

An Inhaltstypen sind im Wiki FAQ, Glossar, Fachartikel und Brainstorming vertreten, teilweise Protokoll und Dokumentation. Für Handbücher finde Kollaboration im Wiki statt, das Ergebnis werde in ein externes System überführt (4.2).

Weitere Inhaltstypen sind für die Beteiligten nicht denkbar (4.3) – für grundsätzlich ungeeignet gehalten wird „Vertrauliches“ (4.4).

Vor dem „Go live“ wurde das Wiki nicht mit Inhalten befüllt, es gab aber „Werbung im Team“. Dieses Vorgehen wird im Nachhinein als „richtig“ bewertet (4.5).

Reichweite Die Reichweite des Wikis ist unternehmensintern (5.1).

⁹⁵Anmerkung: Von Unternehmen F wurden zwei Wikis zur Verfügung gestellt: ein Abteilungswiki und ein – innerhalb des Unternehmens – öffentlich zugängliches.

⁹⁶Die „Blogosphere Policy“ besage im Grunde: „Sei ein guter Mensch“ und betone den „Wert menschlicher Interaktion“. X. findet persönlich, dass Projektdokumentation im Wiki am besten aufgehoben ist: zum Projekt gibt es eine Doku im Wiki sowie Meilensteine, die zu einem externen System führen und zum Schluss ins Archiv. X. „hasst Excel“: „viele geht einfacher“ und ist „[über das Wiki] für jeden im Browser zugreifbar“ (3.3).

⁹⁷Dieser Bereich war auch mit der embedded-Linux-Intranetseite befasst (4.1).

„Im F-Kontext“ können sich die Befragten nicht vorstellen, das Wiki oder Teile des Wikis für Externe zu öffnen – wegen der Kontrolle über Vertrauliches bzw. entsprechender Richtlinien („Schuh zu groß“) (5.2).

Das Wiki für Externe zu öffnen, wäre für Forschungsprojekte denkbar (5.3).

Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis, die das Unternehmen anbietet, sind keine vorhanden – allerdings: „Anfragen gibt es“ (5.4).

Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, sind bekannt. Ein Auftraggeber habe – als Verantwortlicher – ein externes Wiki aufgesetzt. Externe Zulieferer hatten Zugriff auf dieses externe Wiki und Bugzilla. Ein Problem ist: „[das Wiki] kann nicht schnell mal freigegeben werden.“ In Zukunft könnte sich diese Art der Zusammenarbeit „auf jeden Fall“ verstärken – „aber nicht exponentiell“ (5.5).

Dass die Anwender insgesamt räumlich verteilt im Wiki arbeiten, „trifft voll zu“ (5.6).

Als Sprachen sind im Wiki „hauptsächlich Deutsch und Englisch“ vertreten. Man konzentriert sich bewusst nicht nur auf eine Sprache: „Das sollte dem ‚Selbstregulativ‘ überlassen werden. Wenn die Notwendigkeit besteht, können mehrere Sprachen genutzt werden: ‚Angebot und Nachfrage‘“. Es ist für die Interviewpartner denkbar, dass es langfristig im Wiki überwiegend englischsprachige Inhalte gibt. Der Einsatz von Übersetzern wird nicht erwogen (5.7).

Strukturierung Das Wiki wird über „Image Maps“ – „waren ein ‚Feature Request‘ von Kollegen“ – und Kategorien strukturiert. Eine „Startseite mit Gesicht“ sei wichtig. Es gibt verschiedene Kategorien – minimal, nicht moderiert: „keiner sitzt fest da. Wenn es unübersichtlich wird, wird im Nachhinein strukturiert, nicht a priori.“ Die Idee dahinter sei: So wenig wie möglich zu reglementieren, um eine hohe Akzeptanz zu haben und eine niedrige Einstiegshürde, auch was die Struktur betrifft. „Leute kommen selbst auf eigene gute Ideen.“ (6.1).

An speziellen Wiki-Rollen gibt es „lediglich drei Sysops, die explizit den Anwendern zugewiesen sind“ (6.2).

Integration Zum Start verantwortete im Unternehmen das Wiki der IT-Bereich methodisch – künftig „Corporate Communication“ (7.1).

„Bewusst“ hat das Wiki zu keinen Systemen Schnittstellen („zu E-Mail weniger“). Fragen wie „Was ist neu?“ werden eher innerhalb des MediaWiki beantwortet. Es gibt externe Links. Linking auf Fileserver „funktioniert bei F sowieso nicht“⁹⁸ (7.2).

Zur Frage, ob das Wiki explizit in den Arbeitsalltag integriert sei, antworten die Befragten, dass interne Protokolle, z.B. von den Jours fixes, oder die Auslastungsplanung im Wiki dokumentiert würden⁹⁹. Dieses Vorgehen habe sich „in vielen Fällen“ bewährt (7.3).

Kollaboration Eine „Wikiquette“ wird nicht vorgegeben. Es gibt aber einen Disclaimer mit dem Inhalt: „was jeder normal denkende, tolerante Mensch sowieso macht“ (8.1).

Die Kollaboration lief eigenständig ab – nur ein- bis zweimal gab es nach einer Restrukturierung von H. eine „bittere Beschwerde“ (8.2).

Bisher findet die Zusammenarbeit eher symmetrisch – innerhalb einzelner Fachgebiete – statt. Ein Grund dafür sei, dass andere Fachgebiete „zu weit weg“ seien. Dies hänge mit dem Zweck und den Aufgaben der Kollaboration zusammen – in diesem Team geht es eher um IT-Beratung (8.3).

Qualität Die Herausforderung, bestehende Inhalte zu verbessern, ist nach Meinung der Befragten größer, als neue Inhalte zu ergänzen. Zur Verbesserung der Inhalte gehöre „übersichtlich halten“ und die „Grundstruktur wahren“. „Jeder Anwender denkt, die eigene Seite sei wichtig und müsse auf der Startseite verlinkt sein (9.2).“¹⁰⁰

Einen qualitativ hochwertigen Artikel zeichne aus, dass er „inhaltlich umfassend“ und „nach Wiki-Maßstab gepflegt“ sei (9.3):

- „Wie viele Leute arbeiten daran?“
- Verlinkung
- „gewisse Länge“

Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel kommt nicht zum Einsatz – „zu viel Aufwand“. Ob ein solches Bewertungssystem eher motivationsfördernd oder -senkend wäre, sei

⁹⁸Erklärung: Jeder Bereich nutzt eigene Fileserver und der Datentransfer von z.B. von einem Standort zum anderen kann kompliziert sein (7.2).

⁹⁹Der vertrauliche Inhalt von Mitarbeitergesprächen wird im „Employee Data System“ dokumentiert – nicht im Wiki (7.3).

¹⁰⁰Die Abteilung „Corporate Communication“ wird jetzt in das Thema eingeführt, eine Migration [auf eine andere Wiki Engine] findet statt. Es gab mehrere Migrationskandidaten. Das Wiki des Teams wurde ausgewählt, war erster Wunschkandidat, weil es relativ groß und breit aufgestellt ist (9.2).

„schwierig zu beantworten“. Man solle „lieber darauf verzichten“, es gibt dazu keine konkreten Überlegungen. „Nicht-Extrovertierte“ könnten abgehalten werden, sich zu beteiligen. Außerdem: „Man bewertet eh viel zu viel“. (9.4).

Langfristig wird Proliferation („Wucherung“) als ein Problem im Wiki angesehen (9.5). Automatismen (Bots), um die Wiki-Inhalte zu verbessern, werden nicht genutzt (9.6).

Akzeptanz und Motivation Mitarbeitergespräch bzw. Zielvereinbarung als Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, werden nur im Bereich, der dieses Wiki betreibt, genutzt (10.2).

Zur Frage, was die Mitarbeiter zur Wiki-Arbeit motiviere, wird wie folgt geantwortet. Die Rückmeldung aus Projekten war: „Darauf haben wir gewartet“:

- „einfache Plattform zur Zusammenarbeit“
- Leidensdruck: „Überschwemmung“ [mit Informationen]
- an einem Ort, plattformunabhängig, arbeiten ggf. offline/mobil für Projekte (10.3)

Resumee und Ausblick Als entscheidende Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis zählen die Befragten auf:

- Plattformunabhängigkeit (Windows Explorer): „Daten, die man wieder rausbekommt“
- Leichte Nutzbarkeit
- Standards sind wichtig – „Was gibt es noch?“
- Einstiegshürde in der „F-Landschaft“ ist gering – „30 Seiten [Dokumentation] durchlesen wäre der Nutzung und der Akzeptanz abträglich“
- „kleiner Motivator“: Mitarbeitergespräche
- Tipp: klein anfangen – die Abteilung „Communication“ reißt sich nicht drum“ (11.5)

Ob die Wiki-Einführung die Unternehmenskultur beeinflusst habe, sei „schwer zu beantworten“. Das befragte Team sieht sich „nicht unschuldig, dass ‚Corporate Communication‘ das Thema entdeckt“ (11.5).

Als Erweiterung für die Wiki-Software sei für ein Projektwiki eine Authentifizierungsschnittstelle entwickelt worden (11.6).

Auf die Frage, in welche Richtung sich Unternehmenswikis in den nächsten Jahren entwickeln könnten, werden folgende Punkte aufgezählt:

- Verweis auf „Gartner Hype Curve“ – Wikis könnten „mainstream“ in der Unternehmensinfrastruktur werden
- Verteilte Systeme (über China, USA,...) kommen auf

- Integration in andere Systeme schreitet voran
- „schnelles, einfaches, kollaboratives Arbeiten“ fehlt überall
- von „eierlegender Wollmilchsau“, die auch noch „vendor locked“ ist – z.B. Microsoft SharePoint – „würde ich [X.] die Finger lassen“ (11.7)
- Entsorgungsprozess – für Wiki-Seiten – ist ein wichtiges Thema
- „Mythos der Industrialisierung“: für einen Prozess ein Tool

Umsetzung und Zielerreichung

Als Ziel wird mit den Wikis „Best Practice Sharing“ verfolgt. Dieses Ziel sei „z.T.“ erreicht worden: „Es gibt immer Verbesserungspotenzial“ – man ist mit der Entwicklung zufrieden (2.2)¹⁰¹.

Auf die Frage, wie intensiv das Wiki von den Mitarbeitern insgesamt genutzt werde, antworten die Interviewten „schon gut.“ „Muss so sein“ wegen Zielvereinbarungen, Beispiel: mindestens 4 Artikel auf „wiki.f.de“, Pflege als Sysadmin. „Zielvereinbarungen sind wichtig, sonst wird aufgeschoben“ (7.4).

Der Reifegrad der Wiki-Inhalte allgemein wird „tendenziell gut“ beurteilt – weil F weit sichtbar. „Die, die ich kenne“ sind qualitativ gut (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern insgesamt wird „positiv“ eingeschätzt. Der Wiki-Ansprechpartner – nach eigenem Wunsch – K. werde häufig („alle 3 Tage“) kontaktiert mit Anfragen: „Könnt Ihr nicht ein Wiki aufsetzen?“ (10.1).

Generell sind die Befragten mit dem Einsatz des Wikis zufrieden. Zum Verbesserungspotenzial gibt es „ad hoc nichts“, nur die Strukturierung könne „schöner“ sein (11.1).

Schwierigkeiten bei der Nutzung traten in der Form auf, dass jede Wiki-Engine eine eigene Syntax hat (11.2):

- Confluence
- Trac - Projektmanagement-Werkzeug zur Software-Entwicklung – mit eigenem Wiki
- SharePoint mit eigenem Wiki

Die Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung im Unternehmen werden als „positiv“ beschrieben: das Wiki wirke „qualitätssteigernd“ (11.3).

Die Erwartungen vor der Wiki-Einführung beruhten auf der Idee: „Wenn F wüsste, was F weiß...“. Dies war der Ausgangspunkt – eine Konsolidierung im Bereich Wissensmanagement. Die Erwartungen sind „übertroffen worden“. (11.4).

¹⁰¹In den Wiki-Analysen wäre für die Befragten ein Clustering nach Bereichen interessant. Vornweg sei die Telekom-Sparte, dann komme Medical, Infrastructure – dann lange nichts – und schließlich A & D (Automotive & Drives). „Mag daran liegen, dass A&D konservative Kunden hat“ (2.2).

B.5.8 Unternehmen B

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Unternehmen B hat als Geschäftsfelder den Versandhandel, sowie Logistik- und Finanzdienstleistungen¹⁰². Beschäftigt werden mehrere zehntausend Mitarbeiter, die 2007 einen zweistelligen Milliardenumsatz erwirtschaftet haben (1.2).

Für Unternehmen B wurden Wr. und Wn. interviewt. Während alle anderen Interviews in den jeweiligen Unternehmen vor Ort stattfanden, wurde dieses – aus organisatorischen Gründen – bei der Robert Bosch GmbH in Stuttgart durchgeführt. Wr. ist IT-Teamleiter¹⁰³ für das Mitarbeiter-Portal des Konzerns. Er ist technisch verantwortlich für dessen Entwicklung, Administration, Projektmanagement und 3rd Level Support. Wn. dagegen „agiert allein“ – bekommt in zwei Monaten „zum Glück“ Verstärkung – und ist für die Weiterentwicklung der fachlichen Konzeption des Portals zuständig: Admin, „Mädchen für alles“ und Support. Beide Interviewpartner sind Wirtschaftsinformatiker und waren Initiatoren sowie für die technische Einführung verantwortlich¹⁰⁴ (1.1).

Seit 2008 setzt das Unternehmen Confluence ein, davor IT-intern MediaWiki. Andere Social-Software-Anwendungen werden zurzeit keine eingesetzt, dies ist aber geplant: „Instant Messaging steht hoch im Kurs“ – in Verbindung mit Video Conferencing und Whiteboards. Youtube und Blogs sollen genutzt werden, außerdem ein „Xing fürs Unternehmen“¹⁰⁵. Die Anwendungen sind noch nicht fachlich formuliert und sollen in zwei bis drei Jahren zum Einsatz kommen (1.3).

Einführung Wie bereits erwähnt, wurde das Wiki von beiden Interviewpartnern initiiert und es gab bisher keine Promotion dafür. Das Wiki ist ein „Selbstläufer“ und verbreitet sich durch „Mund-zu-Mund-Propaganda“ – so treffen Anfragen von Fachbereichen ein (2.1).

¹⁰²Zum Unternehmen wurde im Laufe des Interviews auch ein Foliensatz zur Verfügung gestellt.

¹⁰³Das Team umfasst mit ihm drei Personen.

¹⁰⁴Das bisher genutzte XWiki war eine „Sackgasse“. Für Confluence mussten in den Fachabteilungen Gelder eingesammelt und Überzeugungsarbeit geleistet werden. Bisher gab es keine Promotion für das Wiki – ist aber geplant (1.1).

¹⁰⁵Die beiden ergänzen „Die Strategiedefinition und das Konzept für das Portal leiten sich von Grundwerten [des Unternehmens] ab, z.B. der ‚passion for integrated networking‘ – diese wird auch in zur Verfügung gestellten Folien erwähnt – so soll die Innovationskraft gesteigert werden. Schwerpunkt ist dabei nicht Web 2.0 – die ‚soziale bzw. fachliche Vernetzung‘ steht im Vordergrund“ (1.3).

Als verfolgte Ziele zählen die beiden auf¹⁰⁶:

- „Wissenspools aufbauen“
- Projektarbeit unterstützen
- Aufbau von Communities (teilweise, „noch nicht sonderlich erfolgreich“)
- Verwendung zu „Dokuzwecken“
- Unterstützung der Betriebsführung, Handbücher sind hinterlegt – aktuelle Versionen finden sich im Wiki
- Bereichsdarstellung
- „Glossary“ (2.2)

Als Gründe, die zur Entscheidung für Confluence geführt haben, werden aufgezählt:

- technische Gründe: Erweiterbarkeit, Skalierbarkeit, Performance
- lebendige Community¹⁰⁷ („XWiki Community ist tot“ [s.o.])
- Zukunftssicherheit, Support (2.3)

Die Wiki-Einführung findet eher „bottom-up“ statt – „wie das Portal insgesamt“. Es gebe bisher noch keine Portalstrategie – die Unterstützung im Vorstand sei unterschiedlich („nie klare Ansage von oben“). Über die Bereichsleitung sei daher ein „Testballon“ gestartet worden – zunächst „open source“. Inzwischen gibt es die Zustimmung „von oben“ (2.4).

Kommuniziert worden sei die Einführung „via E-Mail und auf der Startseite im Portal“ (2.5).

Schulungen finden „immer wieder“ statt – wöchentlich, auf Nachfrage durch Wn. Begründet werden die Schulungen damit, dass die „Spanne der Fähigkeiten in diesem Bereich von ‚null‘ bis ‚Profi‘“ reichen. Viele kennen nur die Wikipedia – „man muss unter die Arme greifen“. Außerdem gibt es „viele Features“. Die Schulungen laufen in drei Schritten ab:

- 1. Schritt: Überblick – In welchen Bereichen bei B werden Wikis eingesetzt? Erläuterung von Plugins, z.B. „gliffy“¹⁰⁸, Tagging
- 2. Schritt: Raum ohne Computer – „Was wollt Ihr?“
- 3. Schritt: Folgetermin, Fragen zur Umsetzung

Dieses Vorgehen hat sich für die Befragten bewährt (2.6).

Online-Schulungsmaterial ist „in der Mache“: nicht als Word, sondern bewusst in einem eigenen „Schulungswiki“, das ein Praktikant aufgebaut hat. Inzwischen gab es ein komplettes „Redesign durch Wn.“ und in zwei Monaten auch durch eine zusätzliche

¹⁰⁶Auf das Portal, in welches das Wiki integriert ist, kann auch von extern zugegriffen werden – von Mitarbeitern, aber auch von externen Agenturen. Der „B Blog“ ist beispielsweise für Externe erreichbar – nach spezieller Freischaltung (2.2).

¹⁰⁷Das Unternehmen B war nicht auf dem Atlassian User Group Meeting im Mai 2008 in Frankfurt/M. vertreten, welches als Veranstaltung der „Confluence Community“ gelten kann.

¹⁰⁸Ein Plugin für Zeichnungen in Confluence.

Unterstützung (s.o) (2.7).

Abgrenzung Für Wr. und Wn. gibt es Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki konkurrieren. Für sie stehen das Content Management System (CMS) und die Dokumenten-Ablage (KM-Ablage) in SAP besonders mit dem Wiki in Konkurrenz. Außerdem die Fileserver, E-Mail und die Novell-Verzeichnisdienste¹⁰⁹. Besonders stark ist die Konkurrenz zu E-Mail und Netzwerkordnern¹¹⁰ (3.1).

Zur Problematik der Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit entgegnen die Befragten: „Es wächst eher zusammen“, z.B. mit dem Plugin „Mail2Confluence“¹¹¹. Es gebe weitere „Bridges“:

- vom CMS zum Download-Bereich in der Dokumentenablage von SAP
- Querverweise aus dem Wiki (nicht starr – es gebe technische Tricks, die auf Nachfrage den Mitarbeitern erläutert werden) (3.2)

Unternehmensrichtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen, gibt es in Unternehmen B nicht (3.3).

Inhalt Der Unternehmensbereich „Neue Medien“ sei stark im Wiki vertreten, außerdem der Einkauf, IT, Software-Entwicklung und die Konzernentwicklung. „Bewusst“ seien keine Bereiche ausgeschlossen. Kurz- oder mittelfristig könnte jeder hinzukommen: „Finanzen“ ist geplant – dort gab es schon einmal ein Wiki, das wieder gelöscht wurde, weil das Projekt abgeschlossen und die Archivierung nicht lohnenswert war (4.1).

Als Inhaltstypen sind im Wiki FAQ, Glossar, Fachartikel, Protokoll, Brainstorming und Dokumentation vertreten. Außerdem „Nutzung als Projektmanagement-Tool“. Teilweise findet Urlaubsplanung mit dem „Calendar Plugin“ statt (4.2).

Auf die Frage, welche Inhaltstypen sie außerdem noch für denkbar hielten, antworten die Befragten, dass noch stärker – „technisches“ – „Dashboard Management“ betrieben werden solle¹¹²: Anzeige externer Infos automatisiert im Wiki – Konsolidierung auf Übersichtsseiten. Also Auslesen von Systemen, z.B. konsolidierte Bilanzen oder Währungen: „das Wiki von außen füttern“ – nicht unbedingt via SQL, auch über SOA (4.3).

¹⁰⁹Dabei handelt es sich um Dienste zum Mappen der Laufwerke: „Hier finden sich 70% aller Inhalte, das kennen die Benutzer“. Diese Vielfalt wird auch „Zoo“ genannt (3.1).

¹¹⁰Zur Abgrenzung ergänzen die beiden: Berichte bzw. Reports, Statistiken gehörten auf die Dokumentenablage, „Katalogsteckbriefe“ in Excel auf die Netzwerkablage, „Sekundärinfos“ können nur im Wiki abgelegt werden (3.1).

¹¹¹Wichtige Mails können so in CC ans Wiki geschickt werden, der Mailserver dazu werde gerade aufgebaut.

¹¹²Anmerkung: „Dashboard“ nicht in der Bedeutung des Confluence Dashboards.

Folgende Inhalte halten Wr. und Wn. grundsätzlich ungeeignet für das Wiki:

- alles, was gleichzeitig mehrsprachig (bei B: deutsch, englisch, französisch) vorliegen muss
- „wenn künstlerische Freiheit nicht gewünscht wird“
- Seiten, die hohen Anspruch auf Layout-Genauigkeit legen

Begründet wird dies damit, dass bei mehrsprachigen Inhalten die Konsistenz nicht gewährleistet werden könne – „hier ist das Wiki nicht 1. Wahl“¹¹³ (4.4).

Das Wiki ist vor dem „Go live“ nicht mit Inhalten befüllt worden. Es wurde mit einem offenen Space begonnen: „Wiki als Dokumentationssystem“, eine Vorstufe zum „Schulungs-“ bzw. „Einleitungswiki“. Dieses Wiki war komplett leer, es gab keine Ressourcen: „Wir hätten die Leute gern an die Hand genommen“¹¹⁴ (4.5).

Reichweite Zur Reichweite des Wikis machen die Interviewten die folgenden Angaben. Überwiegend arbeiten in den Wikis 10-30 Leute abteilungs- oder projektintern. Es gibt einige Wikis, die im gesamten Unternehmen sichtbar sind – theoretisch hat jeder Mitarbeiter Zugriff. Zusätzlich gibt es Projektwikis für den externen Zugriff (5.1).

Das Wiki ist also gegenwärtig schon – zum Teil – für Externe geöffnet (5.2). Für die Öffnung des Wikis für Externe sehen Wr. und Wn. „keine Einschränkung“: Kunden, Lieferanten, Anteilseigner, Wettbewerber, Hochschulen und Dienstleister sind denkbar, da im Wiki „Restriktionen“ möglich sind. Allerdings: Einen solchen Zugang würden die Befragten „nur nach guter Begründung punktuell“ einräumen (5.3).

Unternehmen B hat noch keine Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis gesammelt, die es anbietet. Für Wr. und Wn. ist dies „vorstellbar“, aber noch nicht Gegenwart: „Hier sind noch Entscheidungsträger zu involvieren“ (5.4).

Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, sind den Befragten „nicht bekannt“, in Zukunft aber auch „vorstellbar“ (5.5).

Dass die Anwender insgesamt räumlich verteilt im Wiki arbeiten, „trifft voll zu“ (5.6).

¹¹³Ärgerlich sei in diesem Zusammenhang auch: Seiten müssten eindeutig benannt werden, das sei manchmal problematisch. Beispielsweise müssten die Seitennamen zum „Best Practice Workshop“ am Ende um die Jahreszahl – 2005, 2006, 2007, 2008 – ergänzt werden (4.4).

¹¹⁴Den Einkauf gibt es „überall“, z.B. in Tochtergesellschaften. Problematisch sei gleiche Behandlung. Seit Februar 2008 gibt es ca. 100 Spaces, das Wiki wurde „gut angenommen“. Das Schulungswiki wurde jeweils nach einem „Präsenztermin“ freigeschaltet. Ziel ist die konzernweite Freischaltung des Schulungswikis – noch gibt es viele „Dummy-Seiten“ (4.5).

Als Sprachen sind im Wiki Deutsch und Englisch vertreten. Französisch – aus einem Tochterunternehmen – ist im Wiki „noch nicht angekommen“. Man konzentrierte sich nicht nur auf eine Sprache, weil man einen „dezentralen Ansatz“ verfolge. Einsprachigkeit – Englisch – sei am Widerstand der Anwender gescheitert. Sprachliche Konsistenz ist „im Wiki nicht möglich“¹¹⁵. Es gibt als „Vorschlag“ einen „Standard Space“ – „ein Projekt-Template, das per WebDAV einkopiert und angepasst wird“. „Eher nicht“ ist denkbar, dass es langfristig im Wiki überwiegend englischsprachige Inhalte gibt. Die geschlossenen Benutzergruppen sind z.T. einsprachig. Der Einsatz von Übersetzern „wird noch kommen, wenn nicht von oben eine Ansage kommt“¹¹⁶ (5.7).

Strukturierung Zur Frage, ob das Wiki strukturiert werde, antworten Wn. und Wr.: „Es gibt keine Vorgaben, nur Vorschläge. Genutzt werden Templates und Labels. Im Rahmen der Schulungen wurde das Makro ‚pagetree‘¹¹⁷ vorgestellt“ (6.1).

An speziellen Wiki-Rollen gibt es nach Auskunft der Befragten in jedem Space „User“ und „Admins“, die „selbst gemanaged“ werden – bestimmte Gruppen mit bestimmten Rechten. Zusätzlich gibt es noch „Site Admins“ – eine „eher technisch[e]“ Rolle. Ein Admin wird pro Space geschult, ein dezentrales „Train-the-trainer-Konzept“. Die Verantwortung wird abgegeben, die IT hat damit nichts zu tun, Spaces werden von den Fachbereichen betreut“ (6.2).

Integration Die Konzernentwicklung – hierzu gehört z.B. Wn. – ist der Bereich, der das Wiki im Unternehmen methodisch verantwortet (7.1).

Folgende Systeme, zu welchen das Wiki Schnittstellen hat, zählen Wn. und Wr. auf:

- „häufig“ E-Mail (via „tiny link“¹¹⁸)
- RSS Feeds müssten inzwischen funktionieren, werden noch nicht aktiv genutzt („Issue offen“)
- vereinzelt Intranet, generell Weblinks auf CMS, Forum, iFrames in der KM-Ablage
- WebDAV
- Suchmaschine: Wiki-Index in „TREX“ (7.2)

Keine Angabe ist für Wn. und Wr. dazu möglich, welche Schnittstellen sehr wichtig bzw. unwichtig seien, sie vermuten aber: „RSS Feeds werden immer wichtiger“ (7.2).

¹¹⁵Dies betrifft allgemein auch die Struktur und Inhalte, z.T. auch Word

¹¹⁶Das Kerngeschäft von Unternehmen B findet in Deutschland statt (5.7).

¹¹⁷Dieses Makro ermöglicht in Confluence das Einfügen einer Baumstruktur.

¹¹⁸Ein kurzer Link, aus welchem das Ziel nicht hervorgeht. In Microblogging-Diensten wie Twitter kommen solche „Aliase“ ebenfalls häufig zum Einsatz – um Links kurz und besser handhabbar zu machen.

Ob das Wiki explizit in den Arbeitsalltag integriert sei, beantwortet Wr. damit, dass für sein Team „Pflicht“ sei, z.B. Doku und Protokolle direkt im Wiki abzulegen. „Projektrelevantes“ im Wiki sei „auffindbar“ und „strukturierbar“ – darüber entscheidet aber jede Abteilung für sich. Bei Wn. werden Jour-fixe-Protokolle im Wiki abgelegt (7.3).

Kollaboration Eine „Wikiquette“ wird in Unternehmen B nicht vorgegeben – nur das Layout. In den Schulungen wurde erwähnt, dass man darauf achten solle, was man schreibt: „Das Thema hat sich schnell erledigt“ (8.1).

Es sind keine Fälle bekannt, in denen die Kollaboration nicht eigenständig ablief bzw. in denen Eingriffe von Moderatoren nötig waren (8.2).

Zurzeit finde die Kollaboration noch symmetrisch – innerhalb einzelner Fachbereiche – statt. Das könnte sich langfristig ändern, „wäre wünschenswert“. Die Mitarbeiter müssen sich an das Wiki erst „rantasten“ (8.3).

Qualität Bestehende Inhalte zu verbessern, ist für Wr. und Wn. die größere Herausforderung, als Inhalte zu ergänzen: „Wenn Projekte abgeschlossen sind, müssen ‚Datenfriedhöfe‘ vermieden werden“¹¹⁹ (9.2).

Was einen qualitativ hochwertigen Artikel auszeichnet, „kommt auf den Zweck an – beim News-Wiki ist es die Aktualität“ (9.3).

Als Bewertungssystem für Wiki-Artikel werde im „Schulungswiki“ das sog. „Rating Makro“ eingesetzt – es wurden aber nur zwei „Votings“ abgegeben. Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel zu integrieren, ist damit „vorstellbar, wird aber noch nicht aktiv genutzt“, wäre für die Befragten aber „eher motivationsfördernd“ (9.4).

Langfristig sehen die Interviewten in ihren Wikis Proliferation („Wucherung“) als ein Problem an (9.5).

Automatismen (Bots), um die Wiki-Inhalte zu verbessern, werden „noch nicht“ genutzt. „Bots wären in geschlossenen Gruppen vorstellbar“.

Akzeptanz und Motivation Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, werden in Unternehmen B nicht genutzt (10.2).

¹¹⁹Bei IBM werde im Wiki automatisiert nach einem halben Jahr Inaktivität eine Mail an den Wiki-Admin verschickt, ob die Inhalte gelöscht werden könnten. „Langfristig ein wichtiges Thema“ (9.2).

Zur Wiki-Arbeit werden die Mitarbeiter nach Meinung der Interviewten aus folgenden Gründen motiviert:

- Einfachheit der Bedienung – nach der Gewöhnung
- schnelles Bearbeiten
- „Es müssen nicht mehr Office-Dokumente per Mail verschickt werden.“
- Vorteile in der Projektarbeit (Aktualität)
- Inhalte sind gut wiederzufinden.
- Bündelung an zentraler Stelle
- gemeinsame Arbeit an Dokumenten (klassisches Word: Infos gegenseitig austauschen) (10.3.)

Resumee und Ausblick Als die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis zählen die Befragten folgende Punkte auf:

- Akzeptanz
- Wachstum
- User müsse das Gefühl haben, dass das System stabil, schnell und verlässlich ist
- „User Experience“ ohne Benutzerhandbuch
- eigene Nutzung
- verschiedene „Spaces“
- geringe Eintrittsbarrieren: keine Arbeit mit Anmeldung und Freischaltung, „User braucht nur hinzugefügt werden“
- Performance (11.5)

Auf die Frage, ob die Wiki-Einführung die Unternehmenskultur beeinflusst habe, wurde geantwortet: „Man denkt: [das Wiki] ist unser Projekt“ – innerhalb der Abteilung (11.6).

Erweiterungen für die Wiki-Software würden „noch nicht“ entwickelt (11.7).

Unternehmenswikis werden sich nach Meinung von Wr. und Wn. in den nächsten Jahren zum „Standardtool für Projektdoku [und] Glossaries“ entwickeln. In einigen Bereichen dauere die Etablierung noch (11.8).

Umsetzung und Zielerreichung

Zur Frage der Zielerreichung äußern die Befragten, man sei „auf einem guten Weg“: Diejenigen, welche das Wiki kennen, hätten es gut angenommen. Die Verbreitung sei aber insgesamt noch auf niedrigem Niveau, es gebe „Fallbeispiele für alle [Bereiche]“. Bisher gebe es nur zwei Wikis von Unternehmenstöchtern (2.2).

Die Intensität der Wiki-Nutzung von den Mitarbeitern insgesamt schätzen Wr. und Wn. „unterschiedlich“ ein („zwischen 0 und 100“). In manchen Bereichen ist das Wiki „Arbeitsalltag“, andere „wagen sich heran“, manche wissen noch gar nicht, dass es das

Wiki gibt. Aus der Sicht der gesamten Unternehmensgruppe ist es noch ein Bruchteil der Mitarbeiter¹²⁰ (7.4).

Den Reifegrad der Wiki-Inhalte allgemein beurteilen die Befragten „eigentlich sehr gut“. Das Wiki ist „sehr viel aktueller als die Inhalte im Content Management System (CMS)“: „Das Wiki ist ein dynamisches System – das CMS ist für statische Inhalte“ (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern insgesamt schätzen Wr. und Wn. „hoch“ ein (10.1).

Generell sind die Befragten mit dem Einsatz ihrer Wikis zufrieden. Verbesserungspotenzial sehen sie in folgenden Bereichen:

- Unterstützung von mehrsprachigen Inhalten
- gleiche Benennung von Seiten
- Qualität und Quantität insgesamt: Durchdringung im Konzern (11.1)

Als Schwierigkeiten bei der Nutzung zählen die beiden auf:

- PDF-Export von Seiten mit Plugins
- Zusammenspiel von Makros mit dem Rich Text Editor (Form)
- Arbeit mit Tabellen im Markup-Editor (11.2)

Die Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung im Unternehmen „kann man nicht negativ sehen“ nach Meinung der Befragten (11.3).

Die Erwartungen vor der Wiki-Einführung wurden für Wr. und Wn. erfüllt (11.4).

B.5.9 Unternehmen J

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines Unternehmen J ist eine Unternehmensberatung mit vier Mitarbeitern. Zum Umsatz möchte der Interviewte D. keine Angaben machen (1.2).

D. ist Geschäftsführer und gelernter Dipl.-Ingenieur (Elektrotechnik). Bei der Wiki-Einführung habe er mehrere Rollen innegehabt: Er sei der Initiator, der auch das Konzept erstellt habe und Nutzer (1.1).

Bereits seit 2003 nutzt das Unternehmen Wikis, das aktuelle – MediaWiki – seit 2005. An anderen Social-Software-Anwendungen setzt das Unternehmen Weblogs, Social Tagging / Bookmarking und Instant Messaging ein. „Außerdem werden öffentliche Facebook-, Xing- und LinkedIn-Seiten genutzt. Integriert sind diese Anwendungen in

¹²⁰In der nächsten Woche werde mit der Version 2.9 ein Cluster installiert. In diesem Zusammenhang wird auch eine „Promo-Mail“ verschickt (7.4).

ein Wissens- bzw. Community Portal, welches über eine kollaborative Suchmaschine verfügt¹²¹.“ Seit 2005 werden die genannten Anwendungen eingesetzt – das Wiki wurde ein halbes Jahr vor den anderen eingeführt. Der Einsatz weiterer Social-Software-Anwendungen ist für 2009/2010 geplant:

- ein Corporate Twitter Account für Mitarbeiter
- eine Facebook Group (nicht nur eine Page wie bisher)
- innerhalb des Portals Teile für Community bzw. Kunden zu öffnen, Wechsel von Plattform „Google Groups“

Einführung Initiiert hat das Wiki D. Seit 2003 hat das Unternehmen „Wiki-Kunden“. Intern wurden viele Testsysteme installiert: „Wie könnte es konzeptionell bei Kunden aussehen?“ Das interne Wiki wurde schnell auch für das Kunden-Extranet geöffnet – erst standalone, dann integriert in das Portal „j.de“. „Die Kunden schauen viel nach, schreiben wenig“ – am ehesten um die Veranstaltungen „J Knowledge Jams“ herum (2.1).

Bei der Entscheidung für die Wiki-Software „MediaWiki“ war der „Hauptaspekt“: MediaWiki sei damals sehr verbreitet gewesen – wie sonst nur TWiki. „Confluence war noch kein Player.“ Für Kundenprojekte sei heute auch Confluence im Einsatz – das große Wiki bleibe aber auf MediaWiki. Außerdem werde SharePoint Server 2007 zum Testen für kleine Gruppen genutzt (2.3).

Die Einführung des Wiki habe „bottom-up“ stattgefunden. Der Stellenwert des Wikis bei der Unternehmensführung ist „hoch“, da das „J Wiki“ „Bestandteil des Geschäftsmodells“ ist (2.4).

Die Kommunikation der Einführung sei intern bei vier Leuten „einfach“ gewesen. Es wurde mit einer „automatische[n] Aufgabe“ gearbeitet: Nach Neuregistrierung erscheint eine Aufforderung, aktuelle Interessensschwerpunkte zum Thema „Wissensmanagement“ einzutragen¹²² (2.5).

Zur Frage, ob Schulungen stattgefunden hätten, antwortet D., dass es eine gute Hilfe im Wiki gebe, „zunächst nur die ersten zehn Schritte“, die wichtigsten Syntaxregeln,

¹²¹ „Mit dieser [Suchmaschine] kann ‚präferenziert‘ auf bestimmten Seiten gesucht werden, welche sich auf die unternehmenseigene ‚Wissenslandkarte‘ beziehen. Konkret handelt es sich jeweils um 5 bis 10 der wichtigsten Web-Ressourcen zu einem bestimmten Thema/Wissensgebiet [der Wissenslandkarte]. Insgesamt gibt es 125 Themen, die von ca. 400 Webseiten (Bsp.: KnowTech-Proceedings-Seiten) und Weblogs abgedeckt werden. Die Suche ist damit nicht so ‚breit‘ wie bei Google und kann bewertet werden“ (1.3).

¹²² „Im Sommer [2008] gab es einen Schreibwettbewerb im Wiki. Hierzu wurden Qualitätskriterien entwickelt [siehe Anhang]: 10 Kriterien, die jede Seite erfüllen muss und 10 weitere für lesenswerte Seiten. Ziel: Alle Seiten zu Wissensmanagement lesenswert machen. Diese Qualitätskriterien haben außerdem Einfluss auf die Ziele der Mitarbeiter – jede/r hat eigene Gebiete im Wiki, die verbessert werden müssen.“ Wissensmanagement-Themen seien in Kunden-Wikis „dünn“ vertreten. Das Unternehmen biete „Content-Pakete“ an, die von Kunden gekauft und per Seitenimport ins Kunden-Wiki aufgenommen werden können. „Dieses Thema wird wichtiger“. „Wissen muss frei sein“ – das heiße aber nicht „öffentlich zugänglich“. Es gab anfangs keinen Kommunikationsplan und Missverständnisse mit Nutzern (2.5).

wie Seiten beobachtet werden können – „das reicht aus“. Auf den Jams gebe es für Kunden 10 Minuten Wiki-Vorführung, um „über die Hürde“ zu kommen. Zum Ablauf der Schulung erläutert D.: „Es gibt eine Online-Hilfe im Portal mit Dokumentation. Nach der Registrierung muss der Benutzer das ‚Content-Nutzungs‘- bzw. Verwertungsrecht an J. abtreten – unter einer ‚Creative Commons Non Commercial‘-Lizenz“ – zur Wertschätzung im Kunden-Unternehmen“. Dieses Vorgehen hat sich für D. „absolut“ bewährt – da das Unternehmen „wenig Ressourcen“ hat und die Mitarbeiter deutschlandweit verteilt sind (2.6).

Als Schulungsmaterial gibt es eine „Online Wiki-Hilfe“. 2009 sollen zu 4-5 Themen Screencasts erstellt werden¹²³ (2.7).

Abgrenzung Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen, gibt es für D. nicht – „am Anfang ja“. Wiki, Weblogs und Instant Messaging hätten internen E-Mail-Verkehr abgelöst: „Das Ersetzen ist wichtig, um die Informationsflut kleiner statt größer zu machen“ (3.1).

Zur Problematik der Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit führt D. an: „Ab und zu gibt es ‚Wissensgebiete‘ im Filesystem auch als Eintrag im Wiki + Web-Dokumente + nicht-öffentliche Dokumente“. Die Trennung sei klar: „Wiki ist Hypertext-orientiert – Filesystem ist Dokumenten-orientiert“ (3.2).

Ob es im Unternehmen Richtlinien dazu gebe, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen, beantwortet D. damit, dass es eine „Leitplanke“ gebe: „alle Themen zu ‚Wissensmanagement‘ und ‚Lernende Organisation‘ zusammen im Wiki“. Diese Richtlinien haben nach D. verbindlichen Charakter. Nicht im Wiki ist Relevantes hinsichtlich Geheimhaltung, Kunden-NDA¹²⁴, Personendaten und Urheberrecht (3.3).

Inhalt Als Unternehmensbereich sei im Wiki der „Kernprozess“ – das Beratungs- und Projektgeschäft – vertreten. Personal, Finanzen, Bilanzen und Geschäftspläne finden sich auf dem Filesystem. Weitere Bereiche könnten kurz- oder mittelfristig nicht hinzukommen – die Auswahl sei abgeschlossen (4.1).

Als im Wiki vertretene Inhaltstypen zählt D. auf:

- Organisationsprofile zu Firmen
- Projekt-Profile
- Personen-Profile (Autor bzw. externer Experte, z.B. Nonaka)

¹²³Für das Unternehmen sei es ein künftiges Geschäftsmodell, Web Based Trainings (WBTs) zu verkaufen – in verschiedenen Stufen: vorkonfiguriertes MediaWiki-Paket + ca. 20 Extensions + XHTML Stylesheets – entsprechend der Corporate Identity (CI) des Unternehmens + Wissensmanagement-Content. Ähnliche Pakete seien auch für Confluence denkbar (2.7).

¹²⁴ „NDA“ steht für Non Disclosure Agreement.

- Methoden-Profil (z.B. Wissenslandkarte, Community of Practice [CoP])
- Software-Profil
- Veranstaltungen (Agenda, Dokumentation von Vorträgen)
- Checklisten, Leitfaden, „Lessons Learned“ (4.2)

Als weiteren denkbaren Inhaltstyp erwähnt D. ein „Handbuch mit allen Prozessen (z.B. Leistungsreview, MA-Tag,...). Zu jedem Prozess in einem neuen, abgegrenzten Wiki (evtl. Confluence) – sollte es eine Schattenseite geben, auf der Wiki-Text eingegeben werden kann bzw. Comments“. Die Alternative sei: Portal + korrespondierende Seiten + Links. Dies könnte Kunden allerdings verwirren (4.3).

Grundsätzlich ungeeignet findet D. Inhaltstypen, für die sich MediaWiki nicht eignet, z.B. Präsentationen, Tabellen¹²⁵. Die Methoden über Wissensgebiete seien relativ statisch, hierzu gebe es eine Zuordnungstabelle in MediaWiki (4.4).

Das eigene Wiki wurde in Unternehmen J vor dem „Go live“ nicht mit Inhalten befüllt, D. empfiehlt es aber Kunden, initialen Inhalt einzutragen und woanders zu löschen („Exklusivität“). In ein bis zwei Wochen sollte sich im Wiki was tun (z.B. [J Knowledge] Jam, Besprechung) – „um das Wiki ans Laufen zu bringen“. Als Inhaltstypen für die Vorbefüllung empfiehlt D.: „auch und gerade ‚Personal Spaces‘ nutzen (in MediaWiki entsprechend Benutzerseiten), auch als Notizbuch“ – „[Wiki] atmen lassen“. Der Umfang bzw. Zeitraum „ist bei Kunden schwierig zu sagen, hängt vom Einzelfall ab“. Dieses Vorgehen bewertet D. im Nachhinein „bei Kunden sehr wichtig. Es muss nicht viel sein. Die Kunst ist, z.B. 20 gute Seiten im Wiki einzutragen“ (4.5).

Reichweite Zur Reichweite des Wikis erläutert D.: „Es gibt folgende Kreise – nach außen nimmt die Anzahl der Seiten ab und die Zahl möglicher Nutzer zu: innen das Unternehmen J selbst, dann die ‚J Community‘, danach Kunden und schließlich ganz außen die Öffentlichkeit. Für letzteren Kreis sind es auf einer ‚white list‘ noch ca. 20 Seiten – eher Hilfsdokumentation“ (5.1).

Für folgende Externe kann sich D. vorstellen, das Wiki oder Teile des Wikis zu öffnen bzw. nicht zu öffnen:

- Für Kunden und (Wissens-)Lieferanten wie das „J Knowledge Network“¹²⁶ sei es denkbar.

¹²⁵Es gebe aber ein VB-Makro, welches aus Excel MediaWiki-Syntax generiert.

¹²⁶120 Leute, die zu den „ein bis drei Weltklasse-Experten in ihrem Fachgebiet“ gehören – z.B. Manfred Bornemann beim Themengebiet „Wissensbilanz“ – wurden in eine Mailingliste aufgenommen, „90% sind international“. Ein Geben und Nehmen (z.B. Projekt „Lessons Learned“ von J). Zzt. Instant Messaging (IM), E-Mail, persönlich (kürzlich Treffen mit einem Vertreter der Wikimedia Foundation) oder dokumentenorientiert – d.h. diese Experten schreiben nicht selbst (Systemnutzer).

- Für Hochschulen könnte man sich die Öffnung des Wikis im Rahmen von Diplomarbeiten bzw. Dissertationen vorstellen.
- Für Wettbewerber und Dienstleister sei eine Öffnung nicht vorstellbar.

Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis hat das Unternehmen, wie bereits oben erwähnt, schon gesammelt. Am Anfang bestanden Bedenken: „Können Kunden [mit dem Wiki-Zugang] dann alles alleine machen?“ Diese waren jedoch unbegründet, z.B. die Einführung einer „Community of Practice“ (CoP) könne man sich nicht anlesen. „Man gräbt sich nicht das Wasser ab, sondern erzielt einen Marketing-Effekt¹²⁷“ (5.4).

Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, sind D. bekannt, z.B. im Confluence Wiki von Sun. Teilweise hätten Mitarbeiter für die – internen – Wikis eines Kunden Beiträge geliefert. Außerdem gab es mehrfach eine Wiki-Beteiligung in Projekten im Extranet von Automobilherstellern. Nach Meinung von D. könnte sich das in Zukunft „mit Sicherheit“ verstärken. Anstelle „anachronistischer E-Mail mit Anhängen“ – 50% der E-Mails werden mit Kunden ausgetauscht (5.5).

Dass die Anwender insgesamt räumlich verteilt im Wiki arbeiten, „trifft voll zu“¹²⁸ (5.6).

Eine Sprache – Deutsch – ist im Wiki vertreten. Dass es in diesem Wiki langfristig nur englischsprachige Inhalte gibt, ist für D. nicht denkbar – allerdings nimmt er dies für ein zweites Wiki an. Auf die Frage, ob er den Einsatz von Übersetzern erwäge, antwortet der Befragte: „Lesenswerte Artikel sollen über ein Übersetzungsbüro für den englischsprachigen Raum zugänglich gemacht werden – kritisch im ersten Wiki“. Erfolgskritisch sei, für jede Muttersprache ein eigenes Wiki aufzusetzen. Bei einem Kunden mit US-Muttergesellschaft sei dies einfacher.

„Das soziale Teilsystem wird oft nicht betrachtet. Es geht nicht darum, dass auf [verschieden sprachigen] Seiten das gleiche steht, sondern dass beide [verschieden sprachige] Ingenieure dasselbe wissen¹²⁹. Die Synchronisierung ist nicht entscheidend“ (5.7).

Strukturierung Strukturiert wird das Wiki nach Angabe von D. über

- Templates (für die Inhaltstypen, s.o.)
- Tags bzw. Kategoriensystem und Baumstruktur

¹²⁷Indem man ein innovatives Image transportiert, während mancher Berater ohne Weblog arbeitet.

¹²⁸D. erwähnt in diesem Zusammenhang eine Arbeit von Ingo Frost [69]: „Wiki kann nur mit virtueller Gemeinschaft leben.“ Daher die „J Knowledge Jams“: Auf persönlichen Treffen wird Vertrauen aufgebaut – Basis für die Community. Diese nutzt das Tool Wiki. Also: „Community first!“ (5.6).

¹²⁹In diesem Zusammenhang verweist D. auf chinesisch-englische Übersetzungen im Internet.

Beide Strukturelemente sind für D. wichtig. Hauptstruktur ist eine „Wissenslandkarte“¹³⁰ mit drei Ebenen. Auf der obersten Ebene befindet sich das Inhaltsverzeichnis mit der Startseite. Struktur gibt es außerdem im „siehe auch“-Bereich der einzelnen Wiki-Seiten. „Gut ist eine Grundstruktur plus Boxen (z.B. mit Xing-Profil, -Suche,...) – nutzt Leuten“. Templates erhielten Icons (z.B. Figur, Organigramm,...) – „man muss nicht zu den Kategorien sehen“ (6.1).

Als spezielle Wiki-Rollen wurden Wiki-Gärtner definiert – „auf Basis der Produktverantwortung“ – und den Anwendern explizit zugewiesen.

Integration Auf die Frage, welcher Bereich im Unternehmen das Wiki methodisch verantwortete, äußert D.: „Es gibt wenig Leute [im Unternehmen], [die] sehr kollaborativ [arbeiten], von allen kommen Ideen“¹³¹ (7.1).

Schnittstellen hat das Wiki in Unternehmen J zu den Systemen E-Mail, RSS-Feeds, Intranet, Internet, Extranet, Fileserver nur „inbound“¹³², Collaboration Room, Interwiki. Zur Suchmaschine gibt es noch keine Schnittstelle. Bisher gebe es zwei Suchmaschinen, ab 2009 werde „Open Search“ über alle Quellen eingesetzt (7.2).

Das Wiki ist explizit über Mitarbeitergespräche in den Arbeitsalltag integriert. „Beratung ist wissensintensiv“ – Wissen als Wettbewerbsvorteil. Vor UMTS gab es das Problem der Offline-Verfügbarkeit des Wikis. Inzwischen ist es sehr billig, unterwegs „live auf das System“ zuzugreifen. Die explizite Integration hat sich für D. bewährt: „Es ist kein effizienteres Werkzeug verfügbar. Das Wiki unterstützt den Prozess besser“¹³³. Früher gab es „Redaktionsprozesse“ – aufwändig – und eine „niedrige Änderungsfrequenz“ (7.3).

Kollaboration Eine „Wikiquette“ wird in Unternehmen J nicht vorgegeben – „bei Kunden schon“ (8.1).

Die Kollaboration lief bisher eigenständig ab, es gab keine „edit wars“. „Die Kollaboration findet rund um Veranstaltungen statt, teilweise kommt die Antwort per Mail“ (8.2).

Die Kollaboration finde eher symmetrisch – innerhalb einzelner Fachgebiete – statt, „Leute kennen sich, neue tauchen so nicht auf“ (8.3).

¹³⁰Bearbeitet wird die Wissenslandkarte über FreeMind und Flash nach Wiki.

¹³¹Es gibt Ideenlisten im Wiki, z.B. ein Tag Cloud Modul, mit dem man per Klick Tags zuordnen kann (7.1).

¹³²Gemeint: vom Filesystem ins Wiki via Skript.

¹³³„[Das Wiki] kommt nicht wegen des Hypes [in die Organisation]“ (7.3)

Qualität Gerade für Einsteiger sei es herausfordernder, neue Inhalte zu ergänzen, als bestehende zu verändern – auch, wenn es nur zwei Sätze gibt¹³⁴ (9.2).

Einen qualitativ hochwertigen Artikel beschreibt D. mit folgenden Eigenschaften:

- ästhetisch
- einfach lesbar
- fachlich korrekt (9.3)

Unternehmen J nutzt ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel, welches weiter unten näher beschrieben wird. Dieses System erfüllt nach D. zwei Funktionen¹³⁵:

- Einigung über Qualität, gut messbarer Indikator
- Kommunizieren, wie Endergebnis aussehen soll, Nutzung von Vorlagen (9.4)

Das Bewertungssystem schätzt D. „für ‚Finder‘“ motivationsfördernd ein (9.4).

Proliferation („Wucherung“) im Wiki schätzt D. wie folgt ein. Er bevorzugt eine Lösung wie bei Youtube bzw. diggit. Die Inhalte seien da, aber über die Gemeinschaft ggf. in den Hintergrund gedrängt – auf häufig gelesene Seiten wird auf der Startseite verlinkt. D. empfiehlt: „Defensiv mit Löschen umgehen – kann zentral nicht beurteilt werden“ (9.5).

Automatismen (Bots), um die Wiki-Inhalte zu verbessern, kommen im Unternehmen J „noch nicht“ zum Einsatz. Automatische Verlinkungen werden z.T. bei Kunden – bei Wachstum – eingesetzt (9.6).

Akzeptanz und Motivation Als Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, setzt D. Zielvereinbarungen ein (10.2).

Seiner Meinung nach motiviert seine Mitarbeiter, dass das Wiki die „Arbeit erleichtert“ und ein „zentrales Arbeitsmedium“ sei, welches „für die tägliche Arbeit“ genutzt werde (10.3).

Resumee und Ausblick Die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis sieht D. darin, dass „Prozessunterstützung“ gegeben sein muss: „Mit dem Wiki muss die Situation besser als vorher sein. Erst muss es dem einzelnen etwas bringen.“ Er empfehle „Personal Spaces“, ähnlich wie bei „delicious“ (11.5).

Die Wiki-Einführung habe die Unternehmenskultur „ein bisschen“ beeinflusst: „Es ist selbstverständlich geworden, andere zu fragen bzw. beitragen zu lassen“. Früher gab es „drei Kommentare zum Word-Dokument“. Bei J. herrscht „keine ‚Silo-‘ bzw. ‚Command

¹³⁴D. verweist an dieser Stelle auf einen Screencast mit dem Titel „Heavy Metal Umlaut“ (9.2).

¹³⁵Zusätzlich gibt es eine Weblog-Auswertung außerhalb des Wikis. Zum Thema „Content Audit“ wurden MediaWiki-Versionen bis 1.13 gesichtet – man kann bei bewerteten Artikeln auf die geprüfte Version zurückspringen.

& Control‘ Kultur“ (11.6).

Für Unternehmenswikis wagt D. für die nächsten Jahren folgende Prognose:

„Wikis tauchen zunehmend in Unternehmen auf. Viele starten nur mit einem Projekt- oder Abteilungswiki, später kommt evtl. ein unternehmensweiter Glossar hinzu – ‚das Unternehmenswiki‘. Das Thema ‚Semantic Wiki‘ wird in den nächsten drei bis fünf Jahren noch eine untergeordnete Rolle spielen. Interessanter ist die Frage: ‚Was verdrängen Wikis‘. Bei Sixt beispielsweise ist das Intranet ein Wiki.“

Umsetzung und Zielerreichung

Folgende Ziele verfolgt das Unternehmen mit seinem Wiki:

- Ziel 1: „Die deutschlandweit beste Enzyklopädie zu ‚Wissensmanagement‘ und ‚Lernende Organisation‘ zu schaffen.“
- Ziel 2: Wissensmanagement-Veranstaltungen dokumentieren, direkt bei Konferenzen, nicht in eigenem Notizbuch – sinnvoll: „an einer Stelle konsolidieren“

Weblogs enthalten „Teaser“ und verlinken auf mehr Infos im Wiki – dieses ist nur für Kunden zugänglich. 2009 sollen projektbegleitend Fallstudien mitgeschrieben werden, die auf Konferenzen herausgebracht werden sollen. Wenn direkt im Projekt schon Inhalte eingetragen werden, ist das „Feintuning einfacher“. Die o.g. Ziele sind nach Aussage von D. noch nicht erreicht worden. „Die Dokumentation von Veranstaltungen klappt gut, bei der Enzyklopädie gibt es ein Zeitproblem – es ist aber besser geworden, seit UMTS-Karten für Mitarbeiter eingeführt wurden“ (2.2).

Die Intensität der Wiki-Nutzung beschreibt D. so: „Jede/r schaut mehrfach pro Woche rein und schreibt ca. fünfmal pro Monat etwas. Zwischen April und Mai, während des Schreibwettbewerbs viel – während Projekten teilweise weniger“ (7.4).

40% der Artikel schätzt D. als qualitativ hochwertig ein¹³⁶ (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter seinen Mitarbeitern hält D. für „hoch“ (10.1).

Generell ist D. mit dem Einsatz des Wikis „sehr“ zufrieden. Als Verbesserungspotenzial sieht er „hauptsächlich“ die Kopplung mit dem Portal – „open search“ – innerhalb von Weblogs, Interwiki-Links, rechts automatischer Feed zu „Single Sign On“ (SSO) Content Syndication (11.1).

¹³⁶Für die Qualitätsbeurteilung wurden zwei mal zehn Kriterien definiert. Die ersten zehn sollte jeder Artikel erfüllen – ein Laie könne diese Kriterien prüfen. Die zweiten zehn Kriterien führen zu einem „lesenswerten Artikel“ – nur ein Experte könne sie prüfen. Voraussetzung sei außerdem, dass zuerst die ersten zehn Punkte erfüllt sind. Die Gesamtpunktzahl sei von anfangs 330 auf 700 gesteigert worden – maximal seien 1930 Punkte möglich (9.1).

Schwierigkeiten bei der Nutzung traten nach D. nicht auf, „in Comments teilweise“, „Anfangshürde“ sei die Wiki-Syntax gewesen¹³⁷ (11.2).

Die Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung im Unternehmen sieht D. „eher positiv“ – „in Bezug auf Ziele haben scharfe Formulierungen zu Zufriedenheit geführt“ (11.3).

Die Erwartungen vor der Wiki-Einführung, Inhalte zu allen Wissensgebieten [des Unternehmens] an einem „single point plus file“ sei erfüllt (11.4).

B.5.10 Unternehmen Robert Bosch

Rahmenbedingungen und Ziele

Allgemeines In der Robert Bosch GmbH wurde die Chance wahrgenommen, mehr als ein Interview zu führen. Die drei Befragungen werden im Folgenden für jeden Fragenbereich zusammengeführt. Die einzelnen Interviews werden über die Kürzel „RB1“, „RB2“ und „RB3“ unterschieden.

RB1 Unternehmensbereich RB1 ist Automobilzulieferer und Ingenieursdienstleister mit dem Schwerpunkt Software. Am besuchten Standort arbeiten ca. tausend Mitarbeiter, insgesamt – mit Nordamerika und Japan – sind es einige hundert mehr. Der Umsatz des Unternehmensbereichs wird nicht veröffentlicht (1.2).

Die Interviewten sind verantwortlich für die interne Unternehmenskommunikation (Hz.) und Funktionsentwickler (Hy.). Hz. ist Wirtschaftsingenieurin mit dem Schwerpunkt Marketing und Marktkommunikation, Hy. ist Physiker. Beide waren Initiatoren bei der Wiki-Einführung – aber nicht die einzigen. Sie haben das erste bereichsübergreifende Wiki etabliert, es gab noch andere „Spielräume“ bzw. Wikis (1.1).

Seit ca. einem Jahr wird das untersuchte Wiki_{i7} eingesetzt. Generell hat ein anderer RB1-Bereich schon länger als zwei Jahre – seit 2003 – MediaWiki eingesetzt, dieses war aber nicht RB1-weit freigeschaltet. Zu weiteren eingesetzten „Social-Software-Anwendungen“ äußern Hz. und Hy., dass die „alten“ Foren mit der Intranet-Abschaltung

¹³⁷In diesem Zusammenhang spricht D. vom „Mythos WYSIWYG“ – es würden [nur] fünf bis sechs Elemente in der Syntax gebraucht. Ein Usability Test habe ergeben, dass im MediaWiki fünf bis zehn Mal schneller mit der Wiki-Syntax gearbeitet werden könne als mit der Maus mit einem Rich Text Editor. MediaWiki sei beim Thema WYSIWYG inzwischen besser als Confluence (11.2).

(bzw. -Migration) aufgegeben und die Inhalte ins Wiki integriert worden seien¹³⁸. Die Foren hatte es seit 2002 oder 2003 gegeben. Der Einsatz weiterer Social-Software-Anwendungen ist geplant: „Ein Blog ist angedacht. Im Intranet sollen Artikel der internen Kommunikation kommentiert werden können (geht [bisher] noch nicht)“¹³⁹. „Instant Messaging wäre [außerdem noch] interessant“ (1.3).

RB2 Bereich RB2 gehört zur zentralen Forschung, welche – inklusive Doktoranden – deutlich über tausend Mitarbeiter hat. Auch hier kann kein Teilumsatz angegeben werden, für das gesamte Unternehmen war es 2007 ein zweistelliger Milliardenbetrag. (1.2).

In RB2 wurden W. und K. – beide Dipl.-Ingenieure – interviewt. W. koordiniert die IT in der zentralen Forschung, K. ist Software-System-Designer in einem Automobil-Geschäftsbereich und arbeitet in einem Projekt in der zentralen Forschung mit. W. ist sog. „Portal Owner“¹⁴⁰, „Initiator“, arbeitet an der „Verbreitung des Wikis [in RB1]“: „nutzbar machen, Entwicklung mit begleiten“. W. betreut die untersuchten Wiki_{i13} und Wiki_{i19}. K. sieht sich als „Key User“ und arbeitet in Wiki_{i14} mit (1.1).

W. setzt Wikis „richtig, d.h. außerhalb einer ‚Spielwiese‘“ seit dem 3. Quartal 2007 ein. Davor wurde mit Confluence experimentiert, außerdem das Wiki – MediaWiki oder TWiki – eines Scouting-Bereichs in Nordamerika angeschaut. „[Dieser] hat zuvor bereits Wikis betrieben und scheute – verständlicherweise – dann erst einmal den Aufwand der Migration“, hat inzwischen aber alle Inhalte aus dem vorherigen Wiki migriert. K. hat „etwas später“, seit Dezember 2007 mit Wikis angefangen zu arbeiten – „mit Leben gefüllt“ seit Januar 2008. Weitere „Social-Software-Anwendungen würden „sehr beschränkt“ eingesetzt – nur „offizielle Portal-Tools“: Diskussionsforen in Portal-Räumen „kommen langsam auf“. Das „RB2-Mitarbeiter-Portal“¹⁴¹ gibt es seit Januar 2008. Auf die Frage, welche anderen Social-Software-Anwendungen sie einzusetzen planen, antworten die beiden:

- „Weblogs könnte man sich vorstellen“
- „Instant Messaging / Chat Rooms gab es schon im Portal, wurde aus PerformanceGründen abgeschaltet“. Beides solle als externe Anwendung wieder kommen, darauf werde schon lange gewartet – im Rahmen einer neuen Portal-Version. W. würde sich dabei gerne auf Portal-Anwendungen beschränken.

¹³⁸Die Foren hatten sich nicht etabliert und waren nur von einer Gruppe intensiv genutzt worden. Es gab in diesem Kontext schon mehrere Ansätze, die nicht erfolgreich waren. Hy.: „Drücke die Daumen, dass das Wiki angenommen wird.“ (1.3)

¹³⁹Dies wurde von Hz. schon mit der Zentralabteilung Unternehmenskommunikation diskutiert – im Moment können mit dem WCMS noch nicht einmal News eingestellt werden. Es gibt einmal im Monat eine Vollversammlung, dazu sollten im Intranet anonyme Kommentare möglich sein – „sonst nicht ehrlich“ (1.3).

¹⁴⁰Dabei handelt es sich um eine Koordinatoren-Rolle für das weltweite Intranet-Portal.

¹⁴¹ein Bereich im Unternehmensportal.

- K. erwähnt VoIPTool mit Chat-Funktion, das z.T. genutzt wird – dieses müsse aber auf dem Client installiert werden. Es gibt noch „Interwise“ – ein [webbasiertes] Conferencing-Tool mit Chat-Funktion (1.3).

Wann weitere Social-Software-Anwendungen zum Einsatz komme, sei „unklar“. Beide genannten Tools seien in der Anwendung: der VoIP Client mit weniger als 100 Anwendern. Interwise habe bei Bosch schon ca. 10.000 Anwender (1.3).

RB3 RB3 ist ein Industrieunternehmen in der Antriebs- und Steuerungstechnik. 2008¹⁴² wurde von mehreren zehntausend Mitarbeitern ein einstelliger Milliardenumsatz erwirtschaftet (1.2).

Der interviewte K. – ausgebildeter Informatiker – leitet die technische Redaktion für „Sales Support Drive & Control“. Seine Rolle bei der Wiki-Einführung war die des Projektleiters. Initiator war der ebenfalls im Interview anwesende L. (1.1).

Seit Ende 2007 werden in RB3 „produktiv“ Wikis eingesetzt. An anderen Social-Software-Anwendungen werde „nichts“ eingesetzt. „Hier und da“ gebe es Anfragen nach Weblogs und Social Networking Services – aber auch „negative Aussagen“ zu „angeblich sinnvoll[en] Anwendungen“. Die Forderung vom Vertriebsvorstand sei: [Social-Software-Anwendungen] „schwerpunktmäßig *moderiert* in den Markt bringen, auch nach außen“. Der Einsatz weiterer Social-Software-Anwendungen sei „business-mäßig“ geplant, z.B. Facebook-Funktionen – „über Firma hinaus“ – zu nutzen:

- für Kompetenzmanagement
- für Trainings: Vernetzung von Teilnehmern

Allerdings „eher im eigenen Portal“ – eine Aussage zum Zeitplan gibt es noch nicht (1.3).

Einführung

RB1 In RB1 wurde das Wiki von Hy., Hz. und weiteren Kollegen initiiert. Hy. hatte sich dem Thema „Wiki“ zunächst mit Unterstützung eines Praktikanten und einer Diplomandin genähert. Auch andere Bereiche bzw. Gruppen überprüften die Nutzbarkeit eines Wikis. Hz. hat die Leute zusammen gebracht. Die Wiki-Idee wurde an einem Tisch diskutiert, insgesamt gab es ca. 6 Initiatoren (2.1).

Als Wiki-Ziele zählen Hy. und Hz. folgende auf¹⁴³:

¹⁴²Die Zahlen für 2007 liegen gerade nicht vor.

¹⁴³Sie ergänzen außerdem: „Das Intranet ist für formale Inhalte gedacht: Bereiche und Personen werden vorgestellt.“ Auf einem unternehmensinternen Austauschforum für Wiki-Administratoren sei im Mai 2008 hierzu ein Negativbeispiel gezeigt worden – „im Wiki soll nicht das Intranet abgebildet werden“. Als Querschnittsabteilung könne man es nutzen, um Infos bereitzustellen (2.2).

- „bereichsübergreifenden Wissens- und Erfahrungsaustausch“ ermöglichen
- „schnelles, barrierefreies Eintragen, Suchen und Verlinken von Infos, von informellem Praxiswissen“ (dieses ist „unverbindlich“)
- Ein „Wegweiser zu formellem Wissen“ soll bereitgestellt werden: Wiki-Artikel, die auf „Prozesswissen“ verlinken.
- Es gibt viele Quellen – das Wiki soll als „erstes Medium“ etabliert werden, das genutzt wird, wenn man Infos sucht. Die Ansprüche sind groß. (2.2)

Hy. und Hz. setzen Confluence Wiki ein, weil es „Vorgabe des zentralen IT-Bereichs“ ist. Hz. würde eher MediaWiki einsetzen, weil es „als freie Software mehr Möglichkeiten“ bietet. Einer der Wiki-Admins war privat sehr aktiv in der Wikipedia und berichtete, dass manches in MediaWiki einfacher sei (2.3).

Die Wiki-Einführung fand bottom-up statt. Das obere Management („denkt weit voraus“) steht voll dahinter, das mittlere – die „Lehmschicht“¹⁴⁴ – weniger, weil es für die „Umsetzung“ verantwortlich sei. Bei Wikis sei ganz wichtig: Das mittlere Management kenne Wikis weniger – „Wenn’s von oben kommt, wird’s gemacht.“ Steuerung über Ziele sei nötig, die Wiki-Arbeit müsse in den Zielen stehen, sonst werde sie als „Ressourcen-Verschwendung“ angesehen: „A&O“. Die Wiki-Einführung wird damit begründet, dass es „ein Bedürfnis aus ‚Not und Elend‘ heraus“ gewesen sei (2.4).

Die Einführung wurde in RB1 in drei bzw. vier Phasen kommuniziert:

- Es wurden Interviews mit Mitarbeitern geführt, um deren Bedürfnisse zu klären (gehört für Hz. noch nicht zur Einführung).
- Das Wiki wurde „oben“ vorgestellt, auf einer Sitzung der Geschäftsleitung: Idee, „Wo stehen wir jetzt?“, Kommunikationskonzept, Gewinnung des Managements.
- Die Idee wurde auf einer Vollversammlung vorgestellt.
- Einladung der Admins im Bereich zur Schulung. Die Idee, ein Wiki einzuführen, wurde „F2F“ weitergetragen – zusätzlich gab es Verlinkungen im Intranet (2.5).

Schulungen fanden statt und sie finden weiter statt. Hy. habe heute [am Tag des Interviews] zwei Schulungen durchgeführt. Begründet wird dies damit, dass man „betriebsblind“ werde und die Anwendung „nicht so einfach“ sei. Zum Ablauf der Schulungen erläutern Hy. und Hz.:

„Es geht [in den Wiki-Schulungen] nicht um den technischen Zugang, sondern um die Idee[n] und das Konzept, um die ‚Kulturveränderung‘. Man wollte ‚von der Pike auf‘ schulen, die Scheu vor dem Wiki abbauen bzw. Hürden abbauen – das geht nicht über Surfen, die persönliche Vorstellung ist wichtig. Man muss selbst machen bzw. zeigen“ (2.6).

Zur Frage, ob Schulungsmaterial online verfügbar sei, antworten Hy. und Hz.: „Es wurden koordiniert Unterlagen erstellt (zu dritt)“.

¹⁴⁴Eine nicht ernst gemeinte Anspielung auf Medienberichte über die Siemens AG im Sommer 2008, vgl. beispielsweise <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/118/447852/text/>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

- Ca. vier Stunden dauerte die Konzepterstellung, die Erstellung der Präsentationsfolien und der Schulungsunterlagen ca. zwei Tage. Dies war für alle Admins in Ordnung – die Schulungen dauern ein bis zwei Stunden.
- Wichtig: „nicht alle Spielereien“ schulen. „Der User soll nicht viel kaputtmachen können. Wenn ein Artikel im Markup erstellt wird, macht der Rich-Text-Editor den Artikel kaputt, das hat eine negative Wirkung auf den User.“
- Im Wiki sind die PowerPoint-Folien mit Screenshots abgelegt. Wiki-Artikel verweisen auf Makros.
- Es gibt Themenportale, Artikel für verschiedene Anwendungen.
- „Die Idee / das Konzept sind wichtiger. Es muss ein Wert / Ziel verkauft werden.“

Schulungsunterlagen werden als wichtig für „die Nachbereitung im nach hinein“ betrachtet. Evtl. in Zukunft (Anfang 2009) sollen die Unterlagen in multimedialer Form vorliegen – „die Unterlagen müssen aber im Haus modifizierbar sein, weil sich oft Änderungen ergeben“ (2.7).

RB2 K. war bei der Initiierung des Wikis „nicht dabei“. W. hat im Rahmen des Rollouts des „RB2-Mitarbeiter-Portals“ Präsentationen an allen RB2-Standorten gehalten und dabei auch kurz das Wiki vorgestellt. Das Wiki sollte „einfach und selbsterklärend“ sein („Train-the-trainer“-Konzept). „Abkupfern“ – wie bei HTML-Seiten – ist möglich. „Dadurch nimmt die Qualität zu – viele Funktionen erschließen sich aus dem Wiki“¹⁴⁵ (2.1).

Folgende Ziele verfolgt RB2 mit den Wikis:

- „Wissensaustausch auf jeden Fall“, „Wissenssammlung zunächst“, „Wissensverbreitung“
- K.: ein Wiki auch für Mitarbeiter in den USA und Indien – „angenehm“ für die asynchrone, internationale Zusammenarbeit, relativ offen – weiterhin „nebenher E-Mail“
- Man muss „nicht großartig Rechte vergeben“, Mitarbeiter können parallel daran arbeiten¹⁴⁶ (2.2).

Die Entscheidung für die Wiki-Software „Confluence“ kommentieren die Interviewten wie folgt: „Confluence wurde vom zentralen IT-Bereich vorgegeben.“ W. sei Confluence vorher nicht so bekannt gewesen, eher die Wikipedia-Engine MediaWiki. Es stellte sich

¹⁴⁵W. ergänzt: „Zunehmend gibt es nur noch ‚eine‘ Infrastruktur – im Portal: z.B. ist die Zuständigkeit für Telefonanlagen vom Facility Management zur zentralen IT gewandert. Es werden also im Portal verschiedenste Funktionen integriert und können über eine zentrale Navigation angesteuert werden. Die Navigation ist am ‚House of Orientation‘ ausgerichtet (vier Matrizen – diese orientieren sich am Bosch Business System [BBS]). Die Hauptnavigationen sind definiert: die „Kompetenznetzwerke“ (KNW) wurden z.B. unter dem „Wissensmanagement“ eingeordnet. Im RB2-Mitarbeiter-Portal gibt es für die Mitarbeiter insgesamt acht verschiedene Rollen“ (2.1).

¹⁴⁶K. ergänzt: „Nachteilig ist, wenn man nicht sauber dokumentiert: Änderungen am Artikel eines Kollegen sieht dieser nicht automatisch.“ W. nutzt hierfür die „Watch“-Funktion, es kann eingestellt werden, wie oft die Benachrichtigungs-Mail verschickt wird. K. merkt an: „[Das] Wiki kann als ‚Projekt-Wiki‘ – hier ist die Aufgabe und der definierte Abschluss klar – genutzt werden, später auch als ‚Produkt-Wiki‘. Dafür wäre eine andere Struktur nötig. Nicht jedem ist die Struktur klar („Wie baue ich’s auf?“) – eine „Architektur“ ist nötig“ (2.2).

für W. die Frage, warum nicht MediaWiki ausgewählt worden sei. Hauptargument sei die fehlende Berechtigungsstruktur gewesen – dafür gebe es inzwischen Plugins. W. erschien MediaWiki „eleganter“, er könne sich aber auch mit Confluence „arrangieren“ (2.3).

Die Wiki-Einführung fand „eher“ top-down statt: „Ihr müsst Wiki machen, weil das alte Intranet abgeschaltet wird“. Die BGN-Migration¹⁴⁷ sei auf der Leitungsebene ein Thema gewesen. Die BGN-Inhalte sollten „schlank“ bleiben – sonstige Inhalte ins Wiki¹⁴⁸. Die IT-Infrastruktur sei also zentral vorgegeben gewesen. Vorgesetzten müsse das Thema „Wiki“ eher nahegebracht werden, mit dem Wiki „RB2-Handbuch“ – Wiki_{i19} – gebe es eine erste Berührung. K. ergänzt, dass das Wiki vom Projektleiter gefordert wurde, es gibt aber „keine Aussage von ganz oben“. Mitarbeiter müssten noch motiviert werden: „Was ist der Benefit?“ „Wenn’s läuft, wird das Wiki angenommen und weniger Mails verschickt“. W. ergänzt: „Heute wird eher die Wikipedia anstelle von Lexika genutzt. Deren Qualität ist inzwischen gut“ – das ist beim internen Wiki „noch nicht“ der Fall. Das „Leben“ komme „langsam“ in das interne Wiki – durch „Big Bangs“ wie das RB2-Handbuch, das potenziell für jeden Mitarbeiter von Belang sei – „RB2ler sind neugierig“ (2.4).

Die Kommunikation der Einführung beschreiben W. und K. so:

- Es gab verschiedene „Info-Runden“, es ging dabei aber nicht um das Wiki im Speziellen.
- „Pushen“ durch Key Wikis: Wecken des Interesses der Mitarbeiter im Rahmen der BGN-Einführung (2.5)

Schulungen fanden im Bereich RB2 nicht statt. Der Ansatz war „Learning-by-doing“ bzw. „Train-the-trainer“ – „die Bedienung ist relativ einfach, später ist das evtl. nicht mehr so.“ Das Handbuch in Form eines Wikis ist „nicht so toll“¹⁴⁹ (W.). „Support sollte aufgebaut werden.“ K. würde in seiner „Heimatabteilung“ einen Workshop anbieten, aber keine „offizielle“ Schulung. Es gibt eine Art „Wiki-Kernteam“, Mitarbeiter rufen bei W. an, dies habe einen „Key User Effekt“ durch eine kurze etwa einstündige Einführung – aber es gebe keine offizielle „Kapazität oder Gelder“ für Schulungen. Außerdem ist wichtig: „Man macht nichts kaputt“ – da Änderungen im Wiki rückgängig gemacht werden können. Aktuell werden Redakteure geschult, es gibt verschiedene Templates („damit nicht jeder bei „null“ anfängt.“) – weitere Pflege durch „nicht technik-affine“ Redakteure. Nur das „HILFE“-Wiki ist „ein bisschen wenig“ (2.6).

Mit dem „HILFE“-Wiki gibt es – als Online-Schulungsmaterial – eine Dokumentation (2.7).

¹⁴⁷ „BGN“ steht für „Bosch GlobalNet“, den Teil des Unternehmensportals, in den die alten Intranet-Inhalte migriert wurden.

¹⁴⁸ bzw. in Portalräume.

¹⁴⁹ Beispielsweise hat es Tage gebraucht, bis W. auf das „new window“-Makro gestoßen ist – um Verlinkungen in einem neuen Fenster öffnen zu können.

RB3 Die Wiki-Initiative in RB3 gründet sich auf eine Idee aus dem Projekt DCT¹⁵⁰: „Werkzeug zum Akquirieren von Wissen“ nutzen. Es gibt bisher „kein[en] Durchbruch“. Begründungen: keine Kapazität, „Unternehmenskultur noch nicht so weit“, „Bereichsegoismen“ innerhalb RB3. Zweiter Aspekt sei: Die Leute – auch L. – glauben, dass sie „mit der Entwicklung Schritt halten, tun es aber nicht“, z.B.: „Vertriebler jammern wegen Infofluss, geben aber keinen Inhalt“, „man befasst sich nicht damit. Wikipedia kennt jeder – aber nicht wirklich.“ L. gibt sich selbstkritisch: „Wir haben selbst nicht gegläntzt.“ Selbst Initiatoren hätten wenig Beiträge geliefert. Ca. 1.700 bis 1.800 Artikel stammen von der Initialbefüllung in Indien, dazu kamen noch ca. 250 bis 300 Artikel. „Herrschaftswissen“ sei die größte – kulturelle – Hürde, die Wikis „zum Sterben verurteilt“. Die „Mentalität“ mancher Führungskräfte zeige sich in folgendem Zitat: „Lasst Euch nicht bei Wiki-Arbeit erwischen.“ Andererseits gebe es die Sorge: „in [der] Wikipedia ist ein eigener Beitrag veraltet“, teilweise Sorge wegen „Know-How-Abfluss“. Dennoch soll das Thema Wiki 2009 weiterverfolgt werden (2.1).

Als Ziele, die mit dem Wiki verfolgt werden, nennen die Befragten: „Werkzeug zum Wissensaustausch, -bereitstellung für DCT-Anwendungen. Wissensakquise sowie dessen Bereitstellung und Nutzung (sofort) – kollaborative Weiterentwicklung“ (2.2).

RB3 hat sich aus folgenden drei Gründen für die Wiki-Software „MediaWiki“ entschieden:

- Im Frühjahr 2007 wollte man „möglichst schnell“ ein Wiki installieren, „loslaufen“. Es gab schon IT-Erfahrung mit MediaWiki (Kollegen hatten schon Wikis am laufen). „Confluence ging nicht – warum auch immer“, für Confluence war es noch zu früh. IT-Support für MediaWiki war da – „schneller Weg“
- „ähnlich wie Wikipedia – Wiedererkennungswert“
- Weiterentwicklungen dieser Software nutzbar (2.3)

Die Einführung fand nach Einschätzung der Befragten „mehr top-down“ statt. Die Unternehmensführung wird – was den Stellenwert des Wikis angeht – als „ignorant“ eingeschätzt. Der Bereich Systementwicklung wollte evtl. ein eigenes Wiki etablieren (2.4).

Die Einführung wurde bei RB3 auf mehreren Ebenen kommuniziert. Es gab im Intranet einen Hinweis, Newsletter und einen Beitrag in der Mitarbeiter-Zeitschrift, sowie Flyer¹⁵¹. Das Wiki wurde weltweit beworben: auf Deutsch, Englisch, Spanisch. Dabei wurde folgendes Angebot kommuniziert: Inhalte für das Wiki können per Hauspost geschickt werden und werden dann eingestellt. Darauf gab es „null Feedback“ (2.5).

Schulungen fanden keine statt – wegen des Aufwands. Außerdem sei ein Online Tutorial verfügbar. Ein Multiplikatorenkonzept wie in diesem Fall ist „abhängig von

¹⁵⁰ „DCT“ steht für „Drive and Control Trainer“, Projektleiter ist L.

¹⁵¹ Evtl. soll ein neuer Flyer mit der Gehaltsabrechnung verschickt werden.

Knoten“ – fällt einer aus, werden die dahinter liegenden nicht erreicht. Schulungsmaterial online verfügbar zu machen, hätten die Beteiligten „im Hinterkopf“ (2.7).

Abgrenzung

RB1 Für Hy. und Hz. gibt es Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen. Sie zählen dazu „alle [als Beispiele] genannten“: F2F-Besprechung, E-Mail, Intranet, Web Conferencing, Fileserver, Collaboration Rooms, Foren und Chats. Wettbewerb gebe es aber auch untereinander, „schon vor dem Wiki“. „Vom Konzept her ist klar, welches Medium wofür genutzt werden sollte – für die Leute nicht“. Zur Frage, welche Medien besonders starke bzw. schwache Konkurrenten seien, äußern die Interviewten:

„Besonders stark ist die Konkurrenz für das Wiki von[seiten] E-Mail und Fileserver. F2F – in kleinen Gruppen – war früher wichtiger. Heute ist der Projektdruck größer und vieles läuft per E-Mail, z.B. Diskussion von Problemen“ (3.1).

Hauptkonkurrenten seien also die Netzwerkablage, „How Tos“ und E-Mails „ganz massiv“. „Man sollte die Inhalte stattdessen ins Wiki stellen und den ‚Wiki-Link‘ verschicken.“ Wikis seien auch für neue Mitarbeiter wichtig, das Wissen darin sei „auffindbares Wissen“ – im Gegensatz zu E-Mail-Ordern (3.1).

Die Problematik der Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit schätzen die Befragten folgendermaßen ein. Für den User sei es am Anfang schwierig, wann was genutzt werden soll – Gewohnheiten müssten geändert werden. „Gewissermaßen soll das Wiki E-Mails, die ‚Beschreibungswissen‘ oder ‚How Tos‘ enthalten, komplett ersetzen“ (3.2).

Im Unternehmensbereich RB3 gibt es Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen: „Es gibt neben dem informellen auch formelles und geheimes Wissen“. Diese Richtlinien haben daher verbindlichen Charakter: „Es ist ein Prozess etabliert: Admins schauen sich jeden Artikel an (unverbindlich)“. Mögliche Maßnahmen seien eine Mail an den Autor, ggf. die Löschung von Artikeln. Eine „Rüge von Abteilungsleitern“ gab es aber noch nicht. Die Wiki-Umstellung rufe auch Zweifel hervor – „müsste nur einfacher sein“ (3.3).

RB2 Für W. und K. gibt es „durchaus“ Kommunikationsmedien, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen. Zu den einzelnen Medien äußern sie sich wie folgt:

- F2F-Besprechung: „muss trotzdem sein“
- E-Mail: „eigentlich nicht [konkurrierend]“
- Intranet: „BGN enthält statische Seiten“
- Web Conferencing: nur für kurzfristige Infos, ad hoc, die Software „Interwise“ ist ein „tägliches Ding“, keine Ablage

- Fileserver bzw. Collaboration Rooms: bei Bosch entsprechen diese den sog. „Portalräumen“, „dokumentenbasiert“ als Unterscheidungsmerkmal
- Foren: für K. könnte „eine gute Foren-Software“ ein Konkurrent sein – „aber auch eine gute parallele Unterstützung, wenn das Forum mit dem Wiki verlinkt ist. Ein Forum gibt es intern aber noch nicht“ (3.1).

„Sowohl vom Wiki als auch vom BGN können Links auf Räume mit Dokumenten eingerichtet werden“ (3.1). Zur Stärke der einzelnen Konkurrenten bemerken W. und K.: „Reine Wissensdatenbanken“ in einigen Unternehmensbereichen konkurrieren mit dem Wiki. „Die sog. ‚Bosch Expert Organization‘ (BEO)¹⁵² – Nachfolger der Kompetenznetzwerke (KNW) bzw. Yellow Pages (YP) – konkurriert mit dem Wiki. Bei den KNW ging es um die Organisation von Arbeitskreisen“ (3.1).

Auf die Frage, ob sie die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit als problematisch ansehen, entgegneten die Befragten: „Man muss sich im Vorfeld Fragen stellen:“

- „Ist das ein Wiki-Thema?“
- „Wer ist beteiligt?“
- „Um welche Infos geht es?“
- „Wie statisch sind die Infos?“ Bei ständigen Veränderungen sollte man ein Wiki, bei statischen Infos das BGN, evtl. einen „Collaboration Room“ wählen (3.2).

Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen, gibt es in RB2 nicht. „Wichtig ist die Offenheit: Viele sollten mitarbeiten.“ Es gibt von der zentralen IT-Abteilung¹⁵³ eine Abgrenzung, welche Tools wofür eingesetzt werden sollten. Ansonsten – wenn Abfragen kommen – müsse herausgefunden werden, was sinnvoll sei. Im Gremium „Portal Owner“ werde diese Frage kontrovers diskutiert:

„[...] die einen wollen die Benutzer ‚einfach mal machen lassen‘ – auch ohne ‚Corporate Identity‘, ohne ‚tausend Restriktionen‘ – sonst haben die Leute ‚keine Lust‘, sich zu beteiligen. Andere wollen das Wiki stärker steuern.“ (3.3)

RB3 Auf die Frage, ob es Kommunikationsmedien gebe, die mit dem Wiki im Wettbewerb stehen, antworten die Befragten „höchstens [die] Struktur [steht in einer Konkurrenzsituation]“, „bereichsbezogene Fileserver“ sind Konkurrenten. L. ergänzt: „Wiki ist konkurrenzlos – wenn es den Weg in die Köpfe der Leute gefunden hat.“ Limit seien „kulturelle Grenzen“. „Ein Platz – von dort kann ich überall hingehen, freiwillig, unaufgefordert Wissen einstellen¹⁵⁴“ (3.1).

Zur Frage, ob sie die Abgrenzung der Wiki-Zusammenarbeit als problematisch ansehen,

¹⁵²Die BEO soll 2009 eingeführt werden (3.1).

¹⁵³Die Wikis des zentralen IT-Bereichs seien „Portal-konform“ – das Portal habe auch Layout-Vorschriften, es gehe eher um Templates (3.3).

¹⁵⁴K. äußert in diesem Zusammenhang, dass das Stichwort „Ergonomie“ oft gegen MediaWiki angeführt werde und man sich für Confluence entscheide – „dabei ist die Editor-Hürde gar nicht so groß“. Das Internet habe eine ähnliche Geschichte wie Wikis – diese seien ein „Mikrokosmos des Internets“ (3.1).

äußern die Interviewten, dass sie „Klassifizieren nicht empfehlenswert“ einschätzen¹⁵⁵ (3.2).

Richtlinien, welche Inhalte im Wiki und welche anderswo untergebracht werden sollen, gibt es in RB3 nicht – „hielte ich für kontraproduktiv“. Schützenswerte Infos sollten allerdings nicht ins Wiki. „Praktisch schwer“ seien „Rechteräume“: „Gibt es Bereiche, die aktiv blocken: [Unser] Wissen wollen wir nicht hergeben? Man hockt darauf, obwohl das Unternehmen es bezahlt hat“. „Noch schützenswert“ sei in Ordnung – alle anderen Argumente gelten für die Befragten nicht, dies sei eine Frage der Kultur (3.3).

Inhalt

RB1 Die Unternehmensbereiche Forschung und Entwicklung, Vertrieb, Marketing, Personal (durch Projektarbeit) sind im Wiki von RB1 vertreten – eine Produktion gibt es nicht. Treiber sei die Forschung und Entwicklung, Querschnittsabteilungen seien schlechter vertreten. Themen gebe es auch von Fachabteilungen, z.B. teilweise vom Controlling. Auch langfristig nicht als Wiki-Nutzer dazu kommen nach Meinung von Hy. und Hz. Bereiche, „die sich mit Strategie, also geheimen Themen befassen, z.B. auch Vertragsthemen“¹⁵⁶ (4.1).

Folgende Inhaltstypen sind im Wiki von RB1 vertreten:

- FAQ, Glossar, How Tos, „Lessons Learned“
- Fachartikel noch nicht (Wiki nicht ideal, Link besser – bzw.: aus „500 Seiten“ relevante Inhalte in How Tos komprimieren)
- Dokumentation (aber keine „Tooldoku“, hier sei PDF besser, d.h. nur Infos über Tools, Übersichtsseiten, Links auf Unterlagen und Prozesse im Intranet) (4.2)

Allgemein gehört in das Wiki für Hy. und Hz. „nichts, was kurzen Bestand hat“, dafür sei es nicht passend, solche Inhalte gehörten eher in Projekträume (4.2).

Als weiterer Inhaltstyp ist ein „E-Learning-Wiki“ eine Idee (Dokumente, Attachments) – „besseres Einfügen von Bildern ist wichtig“ (4.3).

Grundsätzlich ungeeignet für ein Wiki halten die Interviewten folgende Inhaltstypen:

- Entwicklungsberichte, Schulungsunterlagen
- „Doppelpflege“
- „müssen arbeitsfähig sein, wenn das Wiki tot ist“: How To erstellen im Wiki, aber [verfügbar] auf Ablage
- formale Dokumente (Freigabe, Verifizierung)

¹⁵⁵Wikis böten einen schnellen, einfachen Zugang. Grenze sei das Technologiewissen. Das Wiki-Konzept sei: „einer, der eine Mail schreiben kann, kann auch mit Wiki arbeiten“, beinhalte also eine „niedrige Hürde“ (3.2).

¹⁵⁶Hintergrund: In RB1 soll bewusst „ein Wiki für alle“ etabliert werden (4.1).

- persönliche, private Daten (4.4)

Das Wiki in RB1 ist vor dem „Go live“ mit Inhalten befüllt worden. „Go live war im Frühjahr [2008]“ – „offen für alle“. Nach Vorbefüllung wurde das Wiki geöffnet und kommuniziert. Die Vorbefüllung fand wegen „kritischer Mitarbeiter“ statt, die viel Kritik üben und wenig Begeisterung zeigen würden; diesen wollte man „gleich etwas präsentieren“, um „gleich Nutzen“ zu schaffen. Als Inhalte wurden „ein altes MediaWiki“ und Teile der Laufwerks-Ablage von festen Mitarbeitern und Praktikanten eingegeben. „How tos“ mussten formatiert werden – „copy & paste“ ging nicht¹⁵⁷. Die Vorbefüllung zog sich „mehrere Monate“ hin. Im Nachhinein würden die beiden die „Vorbefüllung nach wie vor“ durchführen. „Mit mehr Zeit würde man auch mehr selbst befüllen“ (4.5).

RB2 In RB2 ist im Bereich Forschung und Entwicklung das Thema „Scouting“ recht hoch angesiedelt: „an Unis Know How ‚abgreifen‘, von dort müssen Infos gestreut werden.“ Prinzipiell sei das Wiki für jede Unternehmensfunktion geeignet, „für viele ist [das Thema Wiki] noch ganz weit weg“ (4.1).

Folgende Inhaltstypen sind im Wiki von RB2 vertreten:

- FAQs: z.B. für IVPs¹⁵⁸ – wie im Wiki von RB1: Troubleshooting, Konkurrenz zu E-Mails
- Glossare
- Fachartikel: eher grundlegende Projektdoku
- Protokolle: werden im „corporate design“ in Word geschrieben und im Wiki verlinkt.
- Dokumentation: im Sinne von Handbüchern, evtl. ab Januar 2009
- im Wiki_{i13} geht es um Infrastruktur, um das „Sharen von teuren MAE¹⁵⁹“ (hauptsächlich an einem Forschungsstandort)
- außerdem wird die Blogfunktion im Wiki genutzt (4.2)

Auf die Frage, welche weiteren Inhaltstypen noch möglich sind, antworteten die Befragten: „Themen, Termine – wie ist eine Gruppe organisiert?“. Auch „Social Themen“: beispielsweise „wie für die [unternehmensinterne] Wikimania Termine und Themen organisiert wurden“ (4.3).

Für grundsätzlich ungeeignet gehalten für das Wiki werden Inhaltstypen wie Protokolle, diese seien „sehr weit weg“, aber „prinzipiell schon denkbar“. Ansonsten gebe es auch technische Gründe, dass Tabellen im Wiki sehr wenig nutzbar seien – das Unternehmen sei sehr „excel-lastig“ (4.4).

Das Wiki wurde vor dem „Go live“ mit Inhalten befüllt, „muss man“: Es gibt immer „Sauger“ und „Spender“. Als Begründung wird angeführt, dass Druck dadurch

¹⁵⁷Hz. erwähnt in diesem Zusammenhang, dass beim vorhandenen Forum damals ein Mitarbeiter – zusammen mit einem Ferienbeschäftigten – Inhalte aus E-Mails 1:1 ins Forum kopiert hatte, z.B. „Re:...“ (4.5).

¹⁵⁸„IVP“ steht für IV-Partner, eine Rolle zur Koordinierung von Aufgaben im Bereich der Informationsverarbeitung in Unternehmensbereichen, z.B. Abteilungen.

¹⁵⁹„MAE“ steht für Maschinen, Anlagen, Einrichtungen.

entstehe, „dass man damit arbeitet“. Befüllt wurde mit einem „Komplettstand zum damaligen Zeitpunkt“, da die Altanwendung abgeschaltet wurde. Die Hauptlast trugen dabei „externe Kräften“: Azubis, Ferienarbeiter, Fachinformatiker, Werkstudenten. Die Vorbefüllung dauerte ca. ein halbes bis ein Jahr. Dieses Vorgehen wurde von den beiden wie folgt bewertet: „unbedingt nötig“, „leer starten ist nicht“, „leere Wikis bleiben leer“ und „Thema braucht seine Zeit“ (4.5).

RB3 Der Unternehmensbereich „Sales Support Drive & Control“ ist im Wiki von RB3 vertreten¹⁶⁰. Alle anderen Bereiche haben „1% Marktanteil“, aber „100% Potenzial“. Auch langfristig „eher nicht“ dazukommen wird nach Meinung der Interviewten der Bereich R&D – die Vorausentwicklung: „sehr schützenswert[e] Inhalte“ könnten höchstens in eigenem Bereich“ entwickelt werden (4.1).

Im Wiki von RB3 sind die Inhaltstypen Glossar und Fachartikel vertreten (4.2).

Denkbare Inhaltstypen sind für die Beteiligten Brainstorming, White Papers: „begrüßenswert“. K. kann sich über das RB3-Wiki hinaus Protokolle vorstellen¹⁶¹ (4.3).

Zur Frage, welche Inhaltstypen für grundsätzlich ungeeignet gehalten werden, wird die FAQ in Frage gestellt – „wirklich geeignet?“ – und kritisch gesehen: „nicht geeignet“, obwohl man auch einfrieren könne. Begründet wird dies damit, dass es sich bei einer FAQ um eine „verbindliche Aussage“, eine Frage mit verbindlicher Antwort handelt. Es wird eine Grenze überschritten, „wenn man mit Wiki nach außen geht“: Feedback, Kommentar, Blog müssten moderiert werden. In der IT sind z.B. Projekt-Wikis denkbar, interne Doku, Artikel, die weiterentwickelt werden und ein „Freeze“, „wenn’s kritisch ist bzw. kritisch diskutiert wird“ (4.4).

Das Wiki von RB3 wurde vor dem „Go live“ mit Inhalten befüllt. In der „Initialbefüllung“ wurden Glossare und „eingeschränkt Fachartikel“ eingestellt: „Man muss mehr bekommen, als man einbringt – ‚Quick-win‘ statt ‚Win-win‘“. „Nutzen erkennen, erfahren geht nicht über Broschüren¹⁶²“. Das Problem bei der Vorbefüllung sei gewesen: „Es gibt andere Dateien, wo man nachschauen könnte – [den Zugriff darauf] müsste man abschalten“. Vorbefüllt wurde das Wiki von Kollegen in Indien – in „Auftragsarbeit“, innerhalb eines Vierteljahres. Dieses Vorgehen wird im Nachhinein, als „richtig“ bewertet, um eine kritische Masse zur Bewertung zu haben. Bewertung: zu wenig [Inhalt], aber „man kann sich ja beteiligen“¹⁶³ (4.5).

¹⁶⁰L. prognostiziert in diesem Zusammenhang: „Ende 2009 wird es mindestens doppelt so viele Einträge geben.“

¹⁶¹Im Saarland wickelt nach Information der Beteiligten eine Behörde alles über Wiki ab – keine E-Mails mehr, Frage der „Kultur“ (4.3).

¹⁶²RB3 hat auch Broschüren genutzt, um das Wiki zu vermarkten.

¹⁶³K. äußert in diesem Zusammenhang die Idee, Azubis am RB3-Wiki zu beteiligen, dadurch könne es „freier“ werden, und hätte „evtl. gute Qualität“ (4.5).

Reichweite

RB1 Die Reichweite ihres Wikis geben Hy. und Hz. mit abteilungs- bzw. projektintern – auch als Protokoll-Tool – und als unternehmensintern an: mit Schreib- und Leserechten für den gesamten Bereich RB1¹⁶⁴ (5.1).

Die Frage, ob sie sich vorstellen könnten, ihr Wiki oder Teile ihres Wikis für Externe zu öffnen, beantworten Hy. und Hz. mit „Teile – definitiv nein“¹⁶⁵. Technisch wird eine solche Freigabe als „schwierig“ eingeschätzt: „Es gibt nur Admins und User“. Man würde das Wiki „wenn, dann ganz“ für Externe öffnen, am ehesten für Kunden. Das Wiki könnte evtl. die Zuarbeit von Externen vor Ort unterstützen. Austausch sei denkbar – wenn eine Firma oder anderer Unternehmensbereich anfragt: „Wie macht ihr Wiki?“¹⁶⁶ Dazu müsste eine „Informationsschutzvereinbarung“ geschlossen werden (5.2).

Die Anwender in RB1 arbeiten insgesamt räumlich „verteilt in kleinem Maße“ im Wiki – v.a. am deutschen Hauptstandort und in Nordamerika (5.6).

Als Sprachen sind im Wiki Deutsch und – „sehr viel weniger“ – Englisch vertreten: „Deutsche sollen nicht gezwungen werden, Englisch zu schreiben“, dies wäre eine „große Barriere“. Die Gewährleistung von Konsistenz wird als „problematisch“ eingeschätzt, „ist ein großes Thema – es gibt Artikel in zwei Sprachen, sehr verschiedene Titel“. Es wird für denkbar gehalten, dass es langfristig im Wiki überwiegend englischsprachige Inhalte gibt: „evtl. in Zukunft alles Englisch“. Der Einsatz von Übersetzern wird erwogen – „Rückgriff auf Know-How-Träger nur zum Reviewing – evtl. könnten in Japan Expats interessante Artikel identifizieren“. Das Problem bestehe darin, den Know-How-Träger zu verlieren oder den Übersetzer. „Beim letzteren ist es einfacher, nur ein Kostenproblem“. Die Idee, auf der Seite den Wunsch nach anderer Sprache einzubauen, schätzt Hy. als „funktionales overdesign“ ein (5.7).

RB2 Die Reichweite des Wikis in RB2 ist abteilungs-, projekt- bzw. bereichsintern sowie insgesamt unternehmensintern¹⁶⁷ (5.1).

W. und K. können sich vorstellen, das Wiki oder Teile des Wikis für Externe zu öffnen: „Grundsätzlich ja, bei Externen ergibt sich immer das ‚Sicherheitsthema‘“ (5.2).

¹⁶⁴Früher habe es ein großes Wiki mit „Satelliten“ gegeben. Die Nachteile seien gewesen: (1) Inhalte mussten hin und her geschoben werden, (2) Abteilungen / Gruppen zu speziell [aufgestellt]: andere würden sich kaum beteiligen und (3) geheime Infos (Szenario: chinesischer Student, der CD mit geheimen Daten zum nächsten Arbeitgeber mitnimmt). Bisher sei alles im Wiki, „später sind Inhalte vielleicht schützenswert – Trennung der Infos ist schwierig“. Hz. vertritt die Auffassung, dass in kleinen Gruppen „das Wiki nicht so wichtig“ ist. Hy. ergänzt, das Wiki sei „in großem Kontext hilfreicher“ – „Wiki als Rahmen“, „Bündelung in neuem Team – wegen Know-How-Verlust, Parallelarbeit. Suchfunktion als großer Vorteil“ (5.1).

¹⁶⁵„Der Rahmen [für Austausch] ist so klein, dass ein Portalraum möglich wäre“ (5.2).

¹⁶⁶Bei dieser Frage geht es nur um die Struktur.

¹⁶⁷Es gibt öffentliche „Project Rooms“ für den externen Dokumentenaustausch (5.1).

Am wenigsten würden die Befragten das Wiki für „direkte Konkurrenten“ öffnen. Am ehesten für Zulieferer, Kunden, Hochschulen – wenn es um „enge, schnelle Abstimmungen“ geht (5.3).

Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis, die RB2 anbietet, wurden bisher nicht gesammelt (5.4).

Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, sind bekannt: „Reinschauen schon“, v.a. bei der Wikipedia, aber auch bei den SAP Wikis¹⁶⁸. In Zukunft könnte sich das nach Meinung von W. und K. verstärken – „ja, schon“. Zunächst müssten intern weitere Erfahrungen gesammelt werden. Denkbar seien Wikis als „Service für Kunden“, z.B. mit Tipps und Tricks – gerade für den Geschäftsbereich Power Tools, der einen Endkundenmarkt bediene (5.5).

Die RB2-Anwender arbeiten insgesamt räumlich verteilt im Wiki – „trifft voll zu“ (5.6).

Im Wiki von K. ist alles auf Englisch geschrieben, im Wiki von W. sind als Sprachen „z.T. maximal zwei: Deutsch und Englisch“ vorhanden. Warum man sich bei W. nicht nur auf eine Sprache konzentriert, beantwortet er so:

„Das kommt auf die Zielgruppe an – in Deutschland wird nur auf Deutsch geschrieben. Der Schritt, nur auf englische Inhalte zu setzen, wäre zu groß gewesen, die Hemmschwelle zu groß“ (5.7).

Früher habe es das RB2-Handbuch – Inhalt von Wiki_{i19} – z.B. nur auf Deutsch gegeben, jetzt sei es zweisprachig. Zur Problematik der Konsistenz mehrsprachiger Inhalte äußert W.: „Über einen internen indischen Dienstleister werden Inhalte übersetzt. Englische Seiten werden über Verlinkungen vorbereitet. Es gibt ein Wiki auf Englisch und eines auf Deutsch, die miteinander verlinkt sind“. Ob es langfristig im Wiki überwiegend englischsprachige Inhalte gebe, „hängt von der Zielorientierung ab, eher ‚weniger‘, vielleicht auf lange Sicht in der Entwicklung.“ Übersetzungen – s.o. – müsse man trotzdem kontrollieren.“ Dieses Vorgehen wird nur als „Start up“-Lösung gesehen, später werde die Übersetzung vielleicht Pflicht für Redakteure¹⁶⁹ (5.7).

RB3 Das Wiki von RB3 hat eine unternehmensinterne, weltweite Reichweite (5.1).

Nicht einig waren sich die Interviewten bei der Frage, ob sie sich vorstellen könnten, ihr Wiki oder Teile ihres Wikis für Externe zu öffnen. Während L. dies als „Ziel“ sieht, schätzen die anderen: „eher nicht“ (5.2).

¹⁶⁸Bei Atlassian – dem Hersteller von Confluence – würden über den Issue Tracker JIRA „Votes“ abgegeben, um über ein „Scoring“ Verbesserungen an Confluence voranzutreiben (5.5).

¹⁶⁹In diesem Zusammenhang verweisen die Befragten darauf, dass es in internationalen Unternehmen oft üblich sei, dass sämtliche Informationen ausschließlich auf Englisch dokumentiert werden müssten (5.7.).

Am ehesten würden die Befragten das Wiki für Schlüsselkunden („regelmäßige Zusammenarbeit“) öffnen, am wenigsten für Wettbewerber. Dies sei „abhängig von Inhalten“: Das RB3-Wiki kann man öffnen. Allerdings sehen andere das kritischer, da viel „Know How“ enthalten ist. Mehr Einträge machten außerdem die „Redaktionsarbeit schwerer“. K. erinnert sich „evtl. bei Sun“ einen unmoderierten Blog gesehen zu haben – wie wird mit Kritik umgegangen? L. vermutet „bewusst zerstörerische Beiträge wären selten“, diese könnte es evtl. unbewusst geben (5.3).

Erfahrungen mit öffentlichen oder teilweise öffentlichen Wikis, die RB3 anbietet, wurden bisher nicht gesammelt. (5.4).

Fälle, in denen sich Kolleginnen oder Kollegen bei Wikis anderer Unternehmen beteiligt haben, sind den Interviewten bekannt. Es wird die Wikipedia angeführt und das Wiki einer Entwicklungs- bzw. Arbeitsgemeinschaft zu einem Bus-Kommunikationssystem: „Zusammenarbeit über Wiki bei Normen und Standards“. Dies könnte sich in Zukunft in Arbeits- und Forschungsgemeinschaften „schon“ verstärken – eher mit MediaWiki, „weil kostenlos verfügbar“ (5.5).

Die Anwender in RB3 arbeiten insgesamt räumlich verteilt im Wiki – „trifft voll zu“. Potenzielle Nutzer und Anwender sind weltweit verteilt. Input kommt aus Deutschland und Indien (5.6).

Im Wiki wird auf Deutsch und Englisch geschrieben. Das mindeste sei, dass „Unternehmenssprachen“ vertreten seien: „Der gemeine Franke tut sich schwer mit Englisch“. RB3 Know-How stammt meist von deutschen Mitarbeitern, „Englisch als zweite Sprache“. Konsistenz soll dadurch gewährleistet werden, dass in Projekten nur eine Sprache genutzt wird – wegen des Aufwands: „Sprache Anwendern überlassen“. Der Einsatz von Übersetzern wird nicht erwogen: „Nein, nicht ‚zwangssynchronisiert‘“. „Ein deutsches und ein englisches Wiki – umschalten möglich“ (5.7).

Strukturierung

RB1 Der Unternehmensbereich RB1 strukturiert sein Wiki „minimal“, nutzt nur Schlagworte bzw. Tags („Labels“), Themen und Templates – „keine Baumstruktur“, welche von der Wiki-Engine auch angeboten wird. Hz. und Hy. begründen dies damit, dass das Wiki „in eigenem Bereich“ angeboten wird, wegen der „Einfachheit“, weil so „kein Zwang“ entstehe (6.1).

An speziellen Wiki-Rollen gibt es Admins, sog. „Themenportal-Verantwortliche“ (diese sind immer Admins) – eine organisatorische Rolle mit weiteren Aufgaben – und User, aber keine Gruppen (6.2).

RB2 W. und K. strukturieren ihre Wikis mit Templates, Tags und der Baumstruktur – als Navigation – „um Qualität sicherzustellen“. Im Wiki_{i19} gibt es eine Beschreibung, wo Templates zu finden sind. In einem weiteren – nicht analysierten Wiki – sind Artikel-Vorlagen hinterlegt. Beides hat „Angebotscharakter“ (6.1).

Bei RB2 sind spezielle Wiki-Rollen definiert: „Ja, es gibt verschiedene Berechtigungen für Admins, Redakteure und User – dies sind oft alle Mitarbeiter“ (6.2).

RB3 In RB3 wird das Wiki mit Templates und Tags bzw. Kategorien strukturiert. Außerdem gibt es einen „Wizard für neue Artikel“ (6.1).

„Klassische Admins“ und „End User“ gibt es als spezielle Wiki-Rollen, „war vorgesehen, aus Zeitgründen“ (6.2).

Integration

RB1 Das Wiki wird in RB1 methodisch von einer „Querschnittsabteilung, die sich mit Vertrieb und Marketing befasst“ verantwortet – in Form eines Projekts mit Projektleitung. Die Verantwortung für das Wiki kann, muss aber nicht – langfristig – dort liegen (7.1).

Schnittstellen hat das Wiki zu folgenden Systemen: Intra-, Inter- und Extranet, Fileserver und Suchmaschine, vereinzelt auch zu sog. „Collaboration Rooms“¹⁷⁰. Sehr wichtig seien dabei die Schnittstellen zu Intra- und Internet sowie (noch) zu den Fileservern. Darüber hinaus wünschen sich Hy. und Hz. momentan keine weiteren Schnittstellen (7.2).

Auf die Frage, ob das Wiki explizit in den Arbeitsalltag integriert sei, antworten Hy. und Hz. wie folgt: In Mitarbeitergesprächen gebe es das „Ziel, Wissen zu teilen“. „Das Wiki ist noch nicht explizit in den Arbeitsalltag integriert, dies ist aber angestrebt, würde die Motivation steigern“. Wichtig wäre dies auch bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter (7.3).

RB2 Welcher Bereich das Wiki in RB2 methodisch verantwortet, ist für die Befragten eine „schwierige Frage, zzt. offen“: der zentrale IT-Bereich nicht, er fungiere als Dienstleister. „Es fehlt noch an Kundenorientierung und Marketing. Verantwortung könnte sinnvollerweise bei der zentralen Unternehmenskommunikation liegen“ (7.1).

Das Wiki in RB2 hat Schnittstellen zu folgenden Systemen: E-Mail (z.B. „Watch“¹⁷¹), Intranet, Internet, Collaboration Room und Suchmaschine – „Fileserver eventuell“. RSS-Feeds und Verbindungen ins Extranet gibt es nicht. Am wichtigsten sei die

¹⁷⁰Dabei handelt es sich um eine webbasierte Dokumentenablage – v.a. für Projekte.

¹⁷¹Dabei handelt es sich um einen Notifikationsdienst.

Schnittstelle zur Suchmaschine. Als weitere Schnittstellen wünschen sich die Befragten „mehr Office-Integration, z.B. Word, Excel zur Pflege, auch von Diagrammen“¹⁷² (7.2).

Das Wiki sei „zzt. noch nicht“ explizit in den Arbeitsalltag integriert – „noch zu weit weg“, aber: „kann schnell kommen“ (7.3).

RB3 Der Bereich „Sales Support“ verantwortet in RB3 das Wiki methodisch (7.1).

„Direkte“ Schnittstellen habe das Wiki nicht – „nur Links“. Als weitere Schnittstelle würden sich die Befragten darüber hinaus noch LDAP-Authentifizierung („Visitenkarte“) wünschen (7.2).

Explizit in den Arbeitsalltag integriert ist das Wiki bisher nicht (7.3).

Kollaboration

RB1 Der Bereich RB1 gibt eine „Wikiquette“ vor: „Es gibt ,Spielregeln““ (8.1).

Auf die Frage, ob die Kollaboration eigenständig ablief, antwortet Hy.:

„Edit wars wären cool – so viele Einträge haben wir noch nicht“ (8.2).

Die Kollaboration findet – „bis auf Admins“ – eher symmetrisch statt. Gründe könnten sein, dass es „noch zu wenig User“ gibt und „Zeitknappheit“ (8.3).

RB2 Zur Frage nach der Wikiquette verweisen die Verantwortlichen in RB2 auf das sog. „Dashboard“¹⁷³. Dort ist zu lesen:

„Please consider our Wiki rules!

1. Every space administrator is responsible for the content of his space(s).
2. Please do not publish poor statements about any article or contribution.
3. Criticism regarding the content of an article should be delivered to the author himself and not to his superior.
4. Personal information under ‚Preferences‘ are voluntary.

Bitte beachten Sie unsere Wiki-Spielregeln!

1. Jeder Wiki-Space-Administrator ist verantwortlich für die Inhalte in seinem Space.

¹⁷²Es gebe z.B. ein Office Addon, Funktionen wie „Spell Checker“ könnten innerhalb von Word abgedeckt werden (7.2).

¹⁷³Dabei handelt es sich um die Startseite des Confluence Wikis.

2. Es ist darauf zu achten, dass Äußerungen über die Arbeit anderer unterbleiben.
3. Die Nutzer sind angehalten, inhaltliche Kritik an Beiträgen vorrangig mit dem Autor zu besprechen und nicht mit dessen Vorgesetzten.
4. Die Bereitstellung von personenbezogenen Daten unter ‚Preferences‘ ist freiwillig“ (8.1).

„Ansonsten darf das Wiki ‚schweinchenrosa‘ sein – entgegen dem Corporate Design – und frei – der ‚Selbstverantwortung‘ übertragen, auch was die Rechte angeht.“ Das wird sich nach Meinung der Befragten „einschwingen“, evtl. komme mal eine „Keule“ in Form einer „Zentralanweisung“ (8.1).

Die Frage, ob die Kollaboration eigenständig abgelaufen sei, wird wie folgt beantwortet: „Im Portal-Gremium sind die Auffassungen der ‚Owner‘ unterschiedlich: zwischen ‚frei‘ und ‚offen‘ [bezogen auf die Regulierung des Wikis].“ Manche Artikel sind „mit Kommentaren gut belegt“, „diese Interaktivität ist gewünscht“. Es würden auch Artikel mit bestimmten Stichworten angelegt, um zur Weiterarbeit zu animieren [„Honey Pots“] (8.2).

Die Kollaboration ist in den Wikis der Befragten ähnlich ausgeprägt: Im Wiki_{i19} sei sie „eher asymmetrisch“ – die „Owner“ strukturieren. Auch im Wiki_{i14} ist die Zusammenarbeit asymmetrisch geprägt, „trotz verschiedener Bereiche und verschiedener Sichten“ – „projektbedingt“ (8.3).

RB3 Auch in RB3 gibt es – in Form von Nutzungsbedingungen, Disclaimer – eine Wikiquette – „von Rechtsabteilung abgesegnet“ (8.1).

Die Kollaboration lief eigenständig ab: „Edit wars gab es keine – nein“ (8.2).

„Wenn Kollaboration stattgefunden hat, dann innerhalb einzelner Fachgebiete“ – also symmetrisch (8.3).

Qualität

RB1 Die Herausforderung, neue Inhalte zu ergänzen, ist nach Meinung der Befragten größer, als bestehende Inhalte zu verbessern (9.2).

Folgende Eigenschaften zeichnen für Hy. und Hz. einen qualitativ hochwertigen Artikel aus: logischer Aufbau, strukturiert, Layout ansprechend, ergonomisch, „Hinweis auf weiteres: Vor- und Nachgeschichte“, z.B. Links (9.3).

Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel wird nicht genutzt – „wäre eine Idee“ und müsste „als Plugin“ realisiert werden. Ob ein solches Bewertungssystem die Motivation

eher fördert oder senkt, ist für die Befragten „schwierig“ zu beurteilen, man ist „unentschieden“, „müsste man ausprobieren“ (9.4).

Im Wiki wird langfristig Proliferation („Wucherung“) als ein Problem angesehen: „eine Aufgabe für Admins und ‚Gardener‘“ (9.5).

Automatismen („Bots“), um die Wiki-Inhalte zu verbessern, werden nicht eingesetzt. Die Befragten interessieren sich aber dafür, ob ein Plugin für automatische Verlinkungen verfügbar ist (9.6).

RB2 Neue Inhalte zu ergänzen, ist nach Meinung der Befragten eine größere Herausforderung, als bestehende Inhalte zu verbessern (9.2).

Die Eigenschaften eines qualitativ hochwertigen Artikels sind laut Meinung der Befragten „unabhängig vom Wiki“:

- strukturiert („sauber logisch aufgebaut“, „Absatz mit Überschrift“, Einleitung)
- weiterführende Infos / Links
- Grafiken, wenn nötig
- wesentliche Info im ersten Satz – wie bei E-Mail (9.3)

In den Wikis von RB2 wird kein Bewertungssystem für Wiki-Artikel genutzt. Vorerst würde es für die Interviewten keinen Sinn machen, ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel zu integrieren: „hängt an der ‚Artikelmasse‘“. Über Kommentare werde bereits bewertet – „negativ wie positiv“ (Bsp. für einen Kommentar: „gute Infos“). K. ergänzt: „Reviewing ist ein wichtiges Thema“. Ein solches Bewertungssystem schätzen W. und K. eher motivationsfördernd ein – „wenn Kritik konstruktiv ist“ (9.4).

Langfristig wird Wiki-Proliferation („Wucherung“) als ein Problem angesehen: „Die Pflege kann problematisch sein. Im BGN¹⁷⁴ wird dieses Problem auch dadurch zu lösen versucht, dass Inhalte mit einem Verfallsdatum versehen werden können (9.5).

Automatismen (Bots), um die Wiki-Inhalte zu verbessern, werden von W. und K. nicht genutzt¹⁷⁵ (9.6).

RB3 Bestehende Inhalte zu verbessern und neue Inhalte zu ergänzen, ist für die Befragten „beides“ eine Herausforderung. Das erste – Verbesserung – sei Auslöser für das zweite – Ergänzung. „Vielleicht ist es ein Problem, wenn die Inhalte stimmen¹⁷⁶“ (9.2).

Die Eigenschaften eines qualitativ hochwertigen Artikels hängen nach Auffassung

¹⁷⁴ „Bosch GlobalNet“ ist die unternehmensinterne Bezeichnung für das Intranet.

¹⁷⁵ W. hatte allerdings die Idee, über das „include“-Makro die „Artikel-Vernetzung“ zu verbessern. Inhalte aus einem Wiki können so in einem anderen Wiki eingeblendet werden (9.6).

¹⁷⁶ Wenn die Artikel also nicht weiter bearbeitet werden müssen.

der Interviewten vom Nutzer ab. „Etwas, was nicht im Intranet recherchierbar ist“, sei qualitativ hochwertig – Spezialwissen (9.3).

Ein Bewertungssystem für Wiki-Artikel wird in RB3 nicht eingesetzt. L. überlegt, ob ein solches „vorgesehen“ war. K. ergänzt, dass ein solches System heute nicht genutzt werde, „könnte man aber machen.“ „Wenn sich’s etabliert“, wäre es „eher motivationsfördernd“ (9.4).

Wiki-Proliferation („Wucherung“) wird als „Henne-Ei-Problem“ bezeichnet: „Wenn viel Inhalt kommt, müssten Gärtner etabliert werden“ (9.5).

Automatismen (Bots), um die Wiki-Inhalte zu verbessern, werden in RB3 genutzt – für „nachträgliche Änderungen bei den Kategorien. Qualitativ nicht, eher strukturell“ (9.6).

Akzeptanz und Motivation

RB1 Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, gibt es „noch nicht“ – etwa in den Zielen der Mitarbeiter – „ist eine Option“ (10.2).

Folgende Punkte motivieren die Mitarbeiter nach Ansicht von Hy. und Hz. zur Wiki-Arbeit:

- „Eigenantrieb, Wissen zu teilen“
- „evtl. Wissen für sich dokumentieren (ohne zu teilen)“
- Verkaufsargument der Initiatoren: „Wenn viele Anfragen kommen: ‚Schau ins Wiki‘“ (Zeitersparnis)

Sich mit Hilfe des Wikis zu „profilieren“, ist für die beiden „noch“ keine Motivation für die Mitarbeiter (10.3).

RB2 An Anreizsystemen, um die Wiki-Arbeit zu fördern, ist W. und K. „nichts bekannt“. Folgende Idee wird ausgeführt: „Man könnte probieren, das ‚beste Wiki‘ mit € 500 zu prämiieren. Können auch Kleinigkeiten sein, z.B. ein Wellness-Gutschein – als Instrument des internen Wiki-Marketings. Interne Mitarbeiter an der Kundenschnittstelle sind mit diesem ‚Award‘-Gedanken vertraut“ (10.2).

Zur Wiki-Arbeit motiviert werden die Mitarbeiter nach Ansicht der Befragten durch Folgendes:

- K.: „Vorteil, dass man Infos an einer Ablagestelle direkt finden und mit Kollegen – die nicht im Büro sitzen – austauschen kann.“
- Zusammenarbeit „ohne E-Mail“

- „Einfachheit, selbst editieren, live sehen“¹⁷⁷
- wenig Hürden (z.B. Genehmigungsprozess)

RB3 Als Anreizsysteme, um die Wiki-Arbeit zu fördern, wird der Einsatz von Tutorials und Werbung angeführt (10.2).

Motiviert zur Wiki-Arbeit sind die Mitarbeiter in RB3, „wenn in eigenem Umfeld / Bereich Nutzen entsteht“. Außerdem wird die „Profilneurose“ genannt, wenn z.B. ein Bereich ein Wiki für eigene Inhalte etablieren möchte (10.3).

Resumee und Ausblick

RB1 Die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis sind nach Meinung von Hy. und Hz.:

- wenige Barrieren: technisch, strukturell, organisatorisch
- organisatorische Unterstützung: Eingliederung, Prozess, Mitarbeiter-Gespräche (Personalabteilungen müssten dahinter stehen) (11.5)

Erweiterungen für die Wiki-Software werden in RB1 nicht entwickelt (11.7).

Zur weiteren Entwicklung von Unternehmenswikis glaubt Hz., „dass es in Zukunft keine Standardanwendung gibt, dafür sind die Möglichkeiten zu groß und die Anforderungen zu unterschiedlich“. Die Idee, dass viele gemeinsam Wissen erarbeiten, sei zukunftssträftig (11.8). „Wie es mit dem Wiki-Analyse-Tool weitergeht“, ist für Hy. und Hz. von Interesse (11.9).

RB2 Die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis sind für W. und K.:

- viele Nutzer
- ein „einfach zu bedienendes Tool“
- die „Suche muss passen“
- das Wiki muss „ohne Restriktionen zu nutzen“ sein (11.5)

Ob die Wiki-Einführung die Unternehmenskultur beeinflusst habe, beantworten W. und K. mit „könnte sein“ und „natürlich“. Es stellt sich die Frage, ob Sichtbarkeit die Qualität steigert. „Restriktionen schrecken ab“¹⁷⁸ (11.6).

Von RB2 selbst werden keine Erweiterungen für die Wiki-Software entwickelt. Bedarf wird an den zentralen IT-Bereich weitergeleitet – „es geht dabei auch um die

¹⁷⁷Es wird ein Vergleich mit dem „BGN Deployment“ – der Veröffentlichung im Intranet gezogen. Hier können Intranetseiten nur über Nacht veröffentlicht werden (10.3).

¹⁷⁸In diesem Zusammenhang kommt die Idee auf, ein Wiki für den Geschäftsführer zu etablieren, „für bestimmte Themen – evtl. in Form eines Blogs“ (11.6).

Weitergabe vorhandener Plugins, z.B. einen Formeleditor“ (11.7).

Für die Zukunft erwarten W. und K. für Unternehmenswikis Folgendes:

- „Steter Tropfen höhlt den Stein.“ Früher habe die RB2-Leitung auch E-Mail nicht aktiv selbst genutzt (z.B. Ausdrucken von E-Mails).
- Ob Wikis gute Ergebnisse liefern, wenn es darum geht, Wissen zu streuen, wird hinterfragt. „Einen 'Big Bang' wird es weniger geben, das Wiki wird seinen Anteil [an der Informationslandschaft] haben, gerade bei jüngeren Mitarbeitern mit Nähe zur Open-Source-Community.“ Wenn das Wiki „von unten“ genutzt werde, werde es sich immer weiter verbreiten. „Motivation ist ganz wichtig“ (11.8).

RB3 Als die entscheidenden Erfolgsfaktoren für Unternehmenswikis nennen die Befragten:

- „technische Voraussetzungen müssen gegeben sein“
- „Management muss initiiert werden, dass es dahinter steht“ (11.5)

Auf die Frage, ob die Wiki-Einführung die Unternehmenskultur beeinflusst habe, wird geantwortet: „[diese] könnte förderlich sein“ (11.6).

Zur eigenen Entwicklung von Erweiterungen für die Wiki-Software wird erläutert, dass „teilweise“ Open-Source-Erweiterungen genutzt werden, „teilweise wurden selbst welche entwickelt¹⁷⁹“ (11.7).

Die Richtung, in welche sich Unternehmenswikis in den nächsten Jahren entwickeln werden, wird wie folgt skizziert. L. ist überzeugt, dass sich Wikis etablieren werden, „wegen [des] Projekt-Geschäfts“. K. hält den Wiki-Einsatz „in großem Kontext“ für „schwierig“, sieht ihn „eher in Abteilungen bzw. Projekten“. Ein dritter Teilnehmer glaubt nicht daran: „User Group Kultur und Begeisterung ist für den erfolgreichen Wiki-Einsatz nötig“ (11.8).

Umsetzung und Zielerreichung

RB1 Die Intensität der Wiki-Nutzung durch die Mitarbeiter insgesamt wird von den Befragten als „Anlaufphase“ beschrieben, man sei beim „Beschnuppern“ (7.4).

Den Reifegrad ihrer Wiki-Inhalte allgemein beurteilen Hy. und Hz. so: „Kein Artikel ist ‚top‘, ansonsten gibt es eine große Bandbreite: ‚low level‘ Artikel, damit die Leute verbessern und gute Themenportale“ (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern in RB1 insgesamt hat sich nach Auffassung der Befragten „verbessert“, man sei aber „noch zurückhaltend“. Es werde

¹⁷⁹Diese bezogen sich auf die LDAP-Anbindung und den „Wizard“ für Artikel.

Interesse am Wiki artikuliert, z.B.: „Wann gibt es eine Schulung?“ (10.1).

Ob sie generell mit dem Einsatz ihrer Wikis zufrieden seien, beantworten Hy. und Hz. mit: „Wir streben nach mehr – für die Phase ok.“ Das Potenzial müsse man nutzen. Als Verbesserungspotenziale werden genannt: „mehr Nutzer“, „Einbindung in den Alltag“ müsse verstärkt werden, „auch von oben gefördert“ werden müsse das Wiki, „mehr Zusammenarbeit“ ist nötig (11.1).

Als Schwierigkeiten bei der Nutzung traten nach Meinung der Befragten auf:

- Bugs (z.B. im Rich Text Editor: „Copy&Paste“ von Bildern geht noch nicht)
- „Tool muss noch mehr können“ („Plugins zu kompliziert“): z.B. Formulare, Metadaten
- „Reifegrad so là là“
- außerdem gibt es eine „kulturelle Geschichte“: „keine Anreize, Wissen zu teilen – oft gibt es nur einen Gegenpart“ - wegen der Spezialisierung
- Verhältnis Aufwand-zu-Nutzen zu groß
- Transparenz eher unproblematisch, kein Expertenwissen, die Mitarbeiter sind „jung und dynamisch“ (11.2)

Zu den Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung in RB1 äußert Hy.: „Für Mitarbeiter [ist dieser Aspekt] egal, für Admins und Führung positiv“. Hz. vertritt die Meinung, „für Mitarbeiter [ist die Transparenz] positiv, öffnet Querverbindungen“ (11.3).

Die Erwartungen vor der Wiki-Einführung wurden „fast übertroffen“. Das Interesse an Schulungen ist sehr hoch. Die Nutzung ist noch „zu frisch“, „für die jetzige Phase“ sind die Wiki-Verantwortlichen zufrieden. Die Auswertungen via Analyse-Tool – Ende 2008 – seien für die Admins „demotivierend“ (11.4).

RB2 Wie intensiv das Wiki von den Mitarbeitern insgesamt genutzt wird, beschreiben die Befragten folgendermaßen. K.: „Im Projekt sehr stark, in der Heimatabteilung sehr schwach.“ W.: „Im [Wiki_{i19}] war die Reaktion wie erwartet, an bestimmten Tagen gibt es 400-500 Zugriffe. Es gibt auch ‚maue‘ Tage – je nach Bedarf, das Wiki hat schon genutzt“ (7.4).

Den Reifegrad der Wiki-Inhalte allgemein beurteilen W. und K. als „funktional hoch“, aber: „kommt auf das Wiki an“¹⁸⁰ (9.1).

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern insgesamt schätzen W. und K. so ein: „Interesse ist da, die Akzeptanz ist noch zu verbessern“. Es gebe einen Unterschied zwischen:

¹⁸⁰Zum Thema „Zielinhalte“ werden folgende Aussagen getroffen: Wiki_{i14} wächse nach der ‚Start-up-Phase‘ kontinuierlich, 40%-50% aller gewünschten Inhalte seien vorhanden, im Wiki_{i19} ca. 90% und in einem dritten – nicht analysierten Wiki – ca. 20% („Start-up-Phase“) (9.1).

- „Saugern: ihnen ist egal, ob die Infos im Wiki oder im BGN zu finden sind“
- „aktiven Mitarbeitern: sie kämpfen noch mit dem Tool, sind noch sehr am Anfang“ (10.1)

Ob sie generell mit dem Einsatz ihres Wikis zufrieden seien, bewerten die Interviewpartner wie folgt. W. antwortet, es sei „verschieden, bei manchen könnte die Resonanz größer sein, man muss noch ‚pushen‘, andere Unternehmensbereiche [Kunden für RB2] fehlen noch, haben oft noch keine Portal-Zugänge [und damit Zugriff auf die Wikis]“. K. wartet auf Verbesserungen ist zu „60%-65%“ zufrieden. Als Verbesserungspotenzial wird die „Zusammenarbeit mit Office“ genannt. „Es wäre eine Verbesserung, wenn man in Word schreiben könnte – und dort auch ‚Spell Checker‘ und ähnliche Funktionen nutzen könnte. Der Wiki-Editor ist verbesserungsfähig, gerade bei Tabellen“ (11.1).

Schwierigkeiten bei der Nutzung gibt es mit Tabellen, dem Rich Text Editor allgemein – „dieser ist noch fehlerhaft“. Komplett im Markup¹⁸¹ zu schreiben, „schreckt die Anwender ab“ (11.2).

Die Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung in RB2 wird folgendermaßen beschrieben. „Beim Wiki ist die Beobachtung weniger problematisch für die Akzeptanz“. Es hängt davon ab, „wie das Wiki verkauft wird“. „Es ist noch zu früh, hier abschließende Aussagen zu treffen, man steht mit den ‚early adopters‘ noch am Anfang“ (11.3).

Zur Erwartungshaltung vor der Wiki-Einführung und ob diese erfüllt wurde äußern die beiden: „Man ist noch ‚auf dem Weg‘“ – „viele wissen es noch nicht, haben noch keinen Portal-Zugang“ (11.4).

RB3 In RB3 sehen die Verantwortlichen die WikiZiele als nicht erreicht an: „Wiki [ist] nicht angenommen“. Im Wiki befinde sich „kein kollaboratives Wissen“: ca. 2.000 „Terms & Definitions“ seien 12 Jahre alt, stammen von L. „Es ist kaum etwas dazu gekommen“. L. zur Erwartungshaltung der Kollegen: „Wiki muss mehr leisten, als ich liefere“. K. ergänzt: Wo das Wiki angenommen worden sei, wo Interesse bestanden habe, sei dieses nicht auf das [analysierte] Wiki bezogen, sondern auf ein – mögliches – „eigenes“, „in eigener Welt“ – also „Abblocken von Infos“ in einem „Bereich, den kein anderer sehen darf“ (2.2).

Auf die Frage, wie intensiv das Wiki von den Mitarbeitern insgesamt genutzt werde, antworten die Befragten: „Noch so gut wie gar nicht.“ Die Gründe hierfür sind nicht bekannt (7.4).

Den Reifegrad der Wiki-Inhalte allgemein bezeichnet L. als „überreif“¹⁸² (9.1).

¹⁸¹Dabei handelt es sich um die zweite Editiervariante in Confluence Wiki.

¹⁸²Damit meint er die Inhalte aus der Vorbefüllung, s.o.

Die Akzeptanz des Wikis unter den Mitarbeitern insgesamt schätzen die Befragten „eher gering“ ein (10.1).

Die Wiki-Verantwortlichen in RB3 sind generell mit dem Einsatz Ihrer Wikis „bisher nicht“ zufrieden: „Die Herangehensweise war [grundsätzlich] richtig, aber nicht zügig genug“. Zum möglichen Verbesserungspotenzial erläutern die Befragten: „Organisatorisch wurde der Fokus verloren.“ Es gibt einen „Product Owner“, der technische Betreuung gibt – aber keinen „Promoter“. „Bei neuen Themen muss einer die Fahne tragen – jemand, der evtl. ‚verbrennt‘.“ Das Hauptthema sei, dass man sich zu viel mit organisatorischen Themen befasst und das [eigentliche] Thema „aus den Augen verloren“ habe. Ein Hindernis sei die „nicht offene Kultur des ‚Wissensteilens‘“, „zu viele Egoismen“, „nur nicht abschreiben lassen“. Am Wiki zeige sich das: Die „Bereitschaft einzelner, sich zu beteiligen, ist zu gering“. Das Wiki wurde mehr extern¹⁸³ als intern¹⁸⁴ promotet. Oft hört man: „Habe keine Zeit, mich einzuarbeiten – habe selbst etwas entwickelt.“ Oder der Chef sagt im Zusammenhang mit einer Wiki-Vorstellung: „Lasst Euch nicht [bei der Wiki-Arbeit] erwischen“ (11.1).

Über Schwierigkeiten bei der Nutzung habe es kein Feedback gegeben (11.2).

Zu den Auswirkungen der Transparenz innerhalb des Wikis auf die Nutzung in RB3 sei es „zu früh, hierzu etwas zu sagen – sowohl was Input, als auch was Output betrifft“ (11.3).

¹⁸³z.B. auf einer öffentlichen Veranstaltung oder der unternehmensinternen „Wikimania“.

¹⁸⁴Artikel in der Mitarbeiter-Zeitschrift.

B.6 Übersicht der untersuchten Wikis

B.6.1 Interne Wikis

Die folgende Tabelle zeigt für die Wikis der internen Partner die Seitenanzahl, die Anzahl der Tage zwischen erster und letzter Editierung (Alter) und die verwendete Wiki-Engine. „Öffentlich“ bedeutet hier, dass das jeweilige Wiki von allen Mitarbeitern mit Portal User zumindest gelesen werden kann. Es fällt auf, dass in 13 der 24 Wikis mehr als zehn Benutzer als Autoren aktiv sind – in Wiki_{i8} sind es sogar über 100. Ein Zusammenhang zwischen der Artikelanzahl und den aktiven Autoren ist nicht erkennbar. In sechs der 24 Wikis wurden weniger als zehn Artikel pro Autor produziert, in 17 Wikis zwischen zehn und 100 und in einem sogar 249 Artikel pro Autor. Auch zwischen dem Alter und der Artikelanzahl ist kein Zusammenhang erkennbar. Über alle Wikis bei Bosch hinweg werden pro aktivem Benutzer 18,6 Artikel eingegeben.

Tabelle 50: Wikis der Robert Bosch GmbH¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer} \cdot \text{Alter}}$	öffentlich ⁴
Wiki _{i1}	1.308	81	16,1	995	0,016	nein
Wiki _{i2}	1.245	5	249,0	97	2,567	ja
Wiki _{i3}	827	49	17,3	837	0,021	nein
Wiki _{i4}	479	6	79,8	445	0,179	nein
Wiki _{i5}	377	18	20,9	817	0,026	nein
Wiki _{i6}	345	13	26,5	539	0,049	nein
Wiki _{i7}	318	27	11,8	386	0,031	nein
Wiki _{i8}	266	115	2,3	546	0,000	ja
Wiki _{i9}	255	5	51,0	484	0,105	nein
Wiki _{i10}	255	3	85,0	43	1,977	ja
Wiki _{i11}	254	5	50,8	827	0,061	ja
Wiki _{i12}	245	3	81,7	42	1,945	ja
Wiki _{i13}	205	15	13,7	271	0,051	ja
Wiki _{i14}	183	8	22,9	225	0,102	nein
Wiki _{i15}	179	20	9,0	910	0,001	ja
Wiki _{i16}	151	66	2,3	464	0,000	nein
Wiki _{i17}	148	27	5,5	479	0,011	nein
Wiki _{i18}	138	3	46,0	75	0,613	nein
Wiki _{i19}	136	3	45,3	127	0,357	nein
Wiki _{i20}	134	5	26,8	277	0,097	nein
Wiki _{i21}	124	17	7,3	574	0,013	nein
Wiki _{i22}	124	5	24,8	85	0,292	nein
Wiki _{i23}	104	11	9,5	445	0,021	nein
Wiki _{i24}	2.095	22	95,2	347	0,274	ja
$\sum$	9.895	532 ⁵	18,6	10.337	0,368	

¹ Wiki_{i1} bis Wiki_{i23} wurden mit der Wiki-Engine Confluence 2.2.10, seit 16.08.2008 kommt Confluence 2.7.3 zum Einsatz. Wiki_{i24} wird mit MediaWiki 1.12 betrieben.

² Aktive Benutzer, die das Wiki mindestens einmal editiert haben.

³ in Tagen, Datenabzug vom 10.06.2008.

⁴ innerhalb des Unternehmens.

⁵ Diese Zahl stellt einen Maximalwert da, weil jeder Benutzer in mehreren Wikis editiert haben könnte. Der Minimalwert liegt in diesem Fall bei 115 – wobei auch hier nicht gesagt werden kann, ob diese 115 Mitarbeiter alle zeitgleich im Unternehmen tätig waren.

B.6.2 Externe Wikis

Zu allen Partnern bzw. an der Untersuchung teilnehmenden Unternehmen – die im Folgenden mit Großbuchstaben benannt sind – können aus Gründen der Vertraulichkeit

nur wenige Informationen herausgegeben werden. Es wurden grundsätzlich nur Wikis ausgewählt, die mindestens 100 Artikel umfassen. Erst ab dieser Größe wird mit verwertbaren Analyseergebnissen gerechnet. Hans-Jörg Happel und Marius Treitz klassifizieren in ihrer Untersuchung lediglich kleine Wikis mit unter „< 100 pages“ [85, S. 126]. Camille Roth et al. ziehen die Grenze für Ihre Untersuchung bei 400 Benutzern [202]. Während die erste Klassifikation keine Begrenzung darstellt, ist die zweite Grenze für Unternehmenswikis zu hoch. Die folgenden Tabellen enthalten zu den einzelnen Wikis jeweils die Artikelanzahl und das Alter in Tagen.

A ist eine Schweizer Bank mit mehr als 1.000 Mitarbeitern (Tabelle 51). Von den 25 vorliegenden Wikis fällt eines mit fast 3.000 Artikeln auf. Es hat mehr als dreimal soviel Seiten wie das nächstgrößere. 16 der Wikis haben weniger als 200 Seiten. Nur an acht der 25 Wikis arbeiten mehr als zehn Benutzer aktiv mit, an zwei Wikis haben sich sogar nur zwei Benutzer beteiligt. Die Anzahl der Artikel pro Benutzer schwankt hier zwischen 10,6 und 141,6, wobei die Mehrheit – 20 Wikis – weniger als 50 Artikel pro Benutzer aufweisen. Vier der Wikis sind schon deutlich über zwei Jahre alt, acht sind jünger als ein Jahr. Offenbar wurden die Wikis in mehreren „Wellen“ angelegt. Einen eindeutigen Zusammenhang zwischen dem Alter und der Artikelanzahl gibt es nicht. Auffallend ist Wiki_{e16} mit einem Alter von 0 Tagen. Entweder liegt hier eine Inkonsistenz in den Daten vor oder es wurde automatisiert vorbefüllt. Im Durchschnitt wurden pro Benutzer und Tag 0,212 neue Artikel angelegt – bei durchschnittlich 27,5 Benutzern pro Wiki.

Tabelle 51: Wikis des Unternehmens A¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\frac{\sum \text{Benutzer}}{\text{Alter}}}$
Wiki _{e1}	2.942	66	44,6	852	0,052
Wiki _{e2}	927	55	16,9	849	0,020
Wiki _{e3}	614	45	13,6	849	0,016
Wiki _{e4}	489	8	61,1	481	0,127
Wiki _{e5}	424	3	141,3	53	2,666
Wiki _{e6}	409	8	51,1	491	0,104
Wiki _{e7}	268	7	38,3	408	0,094
Wiki _{e8}	254	6	42,3	479	0,088
Wiki _{e9}	236	22	10,7	849	0,013
Wiki _{e10}	177	2	88,5	70	1,264
Wiki _{e11}	173	7	24,7	345	0,072
Wiki _{e12}	168	12	14,0	776	0,018
Wiki _{e13}	161	6	26,8	725	0,037
Wiki _{e14}	155	12	12,9	462	0,028
Wiki _{e15}	146	10	14,6	355	0,041
Wiki _{e16}	146	3	73,0	249	0,196
Wiki _{e17}	146	2	48,7	0	-
Wiki _{e18}	142	3	47,3	478	0,099
Wiki _{e19}	138	5	27,6	377	0,073
Wiki _{e20}	127	12	10,6	700	0,015
Wiki _{e21}	115	4	28,8	309	0,093
Wiki _{e22}	111	4	27,8	478	0,058
Wiki _{e23}	109	5	21,8	350	0,062
Wiki _{e24}	107	5	21,4	478	0,045
Wiki _{e25}	101	8	12,6	482	0,026
$\sum$	8.785	320 ⁴	27,5	11.945	0,212

¹ Alle Wikis werden mit der Wiki-Engine Confluence 2.3+ betrieben und sind innerhalb des Unternehmens nicht öffentlich sichtbar.

² Aktive Benutzer, die das Wiki mindestens einmal editiert haben.

³ in Tagen, Datenabzug vom 21.07.2008.

⁴ Diese Zahl stellt einen Maximalwert dar, weil jeder Benutzer in mehreren Wikis editiert haben könnte. Der Minimalwert liegt in diesem Fall bei 66 – wobei auch hier nicht gesagt werden kann, ob diese 66 Mitarbeiter alle zeitgleich im Unternehmen tätig waren.

Bei B handelt es sich um ein Handelsunternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern (Tabelle 52). Von den 22 vorliegenden Wikis fällt eines mit über 1.500 Artikeln auf. Es hat fast 70% mehr Artikel als das nächstgrößere. 14 der Wikis haben weniger als 200 Seiten. An immerhin der Hälfte der Wikis arbeiten mehr als zehn Benutzer aktiv mit,

minimal sind drei und maximal 36 Benutzer beteiligt. Die Anzahl der Artikel pro Benutzer schwankt hier zwischen 8,0 und 56,2. Fast alle – 21 Wikis – weisen weniger als 50 Artikel pro Benutzer auf. Vier der Wikis sind schon über ein Jahr alt, sechs sind noch jünger als 100 Tage. Einen eindeutigen Zusammenhang zwischen dem Alter und der Artikelanzahl gibt es auch hier nicht. Im Durchschnitt wurden pro Benutzer und Tag 0,050 neue Artikel angelegt – bei durchschnittlich 25,0 Benutzern pro Wiki.

Tabelle 52: Wikis des Unternehmens B¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer} \cdot \text{Alter}}$
Wiki _{e26}	1.518	27	56,2	377	0,149
Wiki _{e27}	907	36	25,2	329	0,077
Wiki _{e28}	781	22	35,5	294	0,121
Wiki _{e29}	577	16	36,1	299	0,121
Wiki _{e30}	331	8	41,4	88	0,470
Wiki _{e31}	264	7	37,7	223	0,169
Wiki _{e32}	254	10	25,4	300	0,085
Wiki _{e33}	232	10	23,2	421	0,055
Wiki _{e34}	193	21	9,2	425	0,022
Wiki _{e35}	193	17	11,4	242	0,047
Wiki _{e36}	191	10	19,1	299	0,064
Wiki _{e37}	185	12	15,4	187	0,082
Wiki _{e38}	150	9	16,7	36	0,463
Wiki _{e39}	148	7	21,1	154	0,137
Wiki _{e40}	146	9	16,2	137	0,118
Wiki _{e41}	144	18	8,0	291	0,027
Wiki _{e42}	143	7	20,4	95	0,215
Wiki _{e43}	129	3	43,0	90	0,478
Wiki _{e44}	108	5	21,6	147	0,147
Wiki _{e45}	107	9	11,9	413	0,029
Wiki _{e46}	105	6	17,5	72	0,243
Wiki _{e47}	102	7	14,6	51	0,286
$\sum$	6.908	276 ⁴	25,0	4.970	0,050

¹ Alle Wikis werden mit der Wiki-Engine Confluence 2.3+ betrieben und sind innerhalb des Unternehmens nicht öffentlich sichtbar.

² Aktive Benutzer, die das Wiki mindestens einmal editiert haben.

³ in Tagen, Datenabzug vom 30.09.2008.

⁴ Diese Zahl stellt einen Maximalwert dar, weil jeder Benutzer in mehreren Wikis editiert haben könnte. Der Minimalwert liegt in diesem Fall bei 36 – wobei auch hier nicht gesagt werden kann, ob diese 36 Mitarbeiter alle zeitgleich im Unternehmen tätig waren.

C ist ein deutsches Startup-Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern, das erst vor wenigen Jahren gegründet wurde (Tabelle 53). Bei den 13 vorliegenden Wikis fällt auf, dass allein fünf deutlich über 1.000 Artikel beinhalten. Der Abstand zwischen dem größten Wiki und den nächstgrößeren ist nicht so ausgeprägt wie bei Unternehmen A. Es fällt die vergleichsweise hohe Zahl aktiver Benutzer auf, in allein drei Wikis sind es über 100 und nur in einem weniger als zehn. Die vier größten Wikis weisen auch – mit Ausnahme von Wiki_{e59} – die höchste Zahl von Artikeln pro Benutzer auf. Wiki_{e49} ist mit einem Alter von fünf Jahren auffällig. Es dürfte damit zu den ältesten Unternehmenswikis überhaupt gehören und verdient daher bei der weiteren Analyse besondere Beachtung. Schließlich ist interessant, dass immerhin neun Wikis jünger als ein Jahr sind. Auf breiter Front scheinen sich Wikis in diesem vergleichsweise kleinen Unternehmen erst in jüngerer Zeit durchzusetzen. Ein proportionaler Zusammenhang zwischen dem Alter und der Artikelanzahl ist hier eher zu sehen als bei Unternehmen A. Im Durchschnitt hat jeder aktive Benutzer 10,4 neue Artikel erstellt.

Tabelle 53: Wikis des Unternehmens C¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}} \cdot \frac{1}{\text{Alter}}$
Wiki _{e48}	1.775	70	25,4	418	0,061
Wiki _{e49}	1.364	46	29,7	1.825	0,016
Wiki _{e50}	1.348	113	11,9	311	0,038
Wiki _{e51}	1.148	92	12,5	413	0,030
Wiki _{e52}	1.065	126	8,5	301	0,028
Wiki _{e53}	524	83	6,3	301	0,021
Wiki _{e54}	483	119	4,1	401	0,010
Wiki _{e55}	471	66	7,1	287	0,025
Wiki _{e56}	462	61	7,6	303	0,025
Wiki _{e57}	303	66	4,6	300	0,015
Wiki _{e58}	293	39	7,5	251	0,030
Wiki _{e59}	124	9	13,8	287	0,048
Wiki _{e60}	108	23	4,7	281	0,017
$\sum$	9.468	913 ⁴	10,4	5.679	

¹ Alle Wikis werden mit der Wiki-Engine Confluence 2.3+ betrieben und sind innerhalb des Unternehmens nicht öffentlich sichtbar.

² Aktive Benutzer, die das Wiki mindestens einmal editiert haben.

³ in Tagen, Datenabzug vom 14.07.2008.

⁴ Diese Zahl stellt einen Maximalwert dar, weil jeder Benutzer in mehreren Wikis editiert haben könnte. Der Minimalwert liegt in diesem Fall bei 126 – wobei auch hier nicht gesagt werden kann, ob diese 126 Mitarbeiter alle zeitgleich im Unternehmen tätig waren.

D ist ein deutsches Industrieunternehmen mit deutlich über 1.000 Mitarbeitern (Tabelle 54). Von D liegen elf Wikis mit mehr als 100 Artikeln vor. Auch hier sticht eines – Wiki_{e61}

– mit einer besonders hohen Artikelzahl hervor. Sie ist fast dreimal so hoch wie die des nächstgrößeren. Nur in Wiki_{e61}, Wiki_{e68} und Wiki_{e70} sind weniger als 10 Benutzer aktiv. Im Wiki_{e62} sind mit 93 die meisten Nutzer vertreten. In fünf von elf Wikis gibt es weniger als zehn Artikel pro Benutzer. Ein deutlicher Ausreißer ist Wiki_{e61} mit 296 Artikeln pro Nutzer. Ein Zusammenhang zwischen Artikelgröße und Benutzeranzahl ist nicht erkennbar. Acht Wikis sind deutlich älter als ein Jahr, das größte Wiki ist interessanterweise gleichzeitig das jüngste. Sieben Wikis liegen noch deutlich unter 200 Artikeln. Auch bei D ist kein Zusammenhang zwischen Artikelzahl und Alter zu erkennen. Insgesamt haben die Mitarbeiter von Unternehmen D im Durchschnitt 17,1 Artikel geschrieben, das entspricht 0,147 Artikel pro Benutzer und Tag.

Tabelle 54: Wikis des Unternehmens D¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer} \cdot \text{Alter}}$
Wiki _{e61}	1.480	5	296,0	278	1,065
Wiki _{e62}	586	93	6,3	469	0,013
Wiki _{e63}	403	10	40,3	452	0,089
Wiki _{e64}	352	18	19,6	323	0,061
Wiki _{e65}	177	29	6,1	386	0,016
Wiki _{e66}	170	19	8,9	398	0,022
Wiki _{e67}	161	14	11,5	413	0,028
Wiki _{e68}	149	8	18,6	460	0,040
Wiki _{e69}	146	17	8,6	461	0,019
Wiki _{e70}	144	2	72,0	294	0,245
Wiki _{e71}	115	12	9,6	462	0,021
$\sum$	3.883	227 ⁴	17,1	4.396	0,147

¹ Alle Wikis werden mit der Wiki-Engine Confluence 2.2.10 betrieben und sind innerhalb des Unternehmens nicht öffentlich sichtbar.

² Aktive Benutzer, die das Wiki mindestens einmal editiert haben.

³ in Tagen, Datenabzug vom 07.05.2008.

⁴ innerhalb des Unternehmens.

⁵ Diese Zahl stellt einen Maximalwert dar, weil jeder Benutzer in mehreren Wikis editiert haben könnte. Der Minimalwert liegt in diesem Fall bei 93 – wobei auch hier nicht gesagt werden kann, ob diese 93 Mitarbeiter alle zeitgleich im Unternehmen tätig waren.

Auch bei E handelt es sich um ein deutsches Industrieunternehmen mit deutlich über 1.000 Mitarbeitern (Tabelle 55). Von E liegen sechs Wikis mit mehr als 100 Artikeln vor. Es fällt auf, dass drei Wikis – Wiki_{e72}, Wiki_{e73} und Wiki_{e74} – mit 663 bis 986 eine deutliche höhere Artikelanzahl aufweisen als die drei anderen Wikis mit 113 bis 138. Zwei der drei größeren Wikis haben mit 7,6 Jahren bzw. 2.787 Tagen ein – in diesem

Vergleich – beispiellos hohes Alter erreicht. In der weiteren Analyse ist bei diesen beiden Wikis interessant, ob sie in diesem langen Zeitraum regelmäßig genutzt wurden oder ob das hohe Alter anders begründet werden kann. Die anderen vier Wikis haben ein Alter von deutlich unter einem Jahr (Wiki_{e73}) bis fast zwei Jahre (Wiki_{e75}). Auch bei E ist kein Zusammenhang zwischen Artikelzahl und Alter zu erkennen. Es fällt aber dagegen auf, dass die Zahl der aktiven Benutzer – mit der Ausnahme von Wiki_{e76} – mit der Zahl der Artikel stetig steigt. Das Verhältnis zwischen Artikeln und Benutzern schwankt zwischen 2,8 (Wiki_{e76}) und 18,4 (Wiki_{e74}). Insgesamt haben die Mitarbeiter von Unternehmen E im Durchschnitt 10,5 Artikel geschrieben, das entspricht 0,017 Artikel pro Benutzer und Tag.

Tabelle 55: Wikis des Unternehmens E¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer} \cdot \text{Alter}}$
Wiki_{e72}	986	96	10,3	2.787	0,004
Wiki_{e73}	718	44	16,3	274	0,060
Wiki_{e74}	663	36	18,4	2.787	0,007
Wiki_{e75}	138	27	5,1	717	0,007
Wiki_{e76}	117	42	2,8	384	0,007
Wiki_{e77}	113	15	7,5	483	0,016
$\sum$	2.735	260 ⁴	10,5	7.432	0,017

¹ Alle Wikis werden mit der Wiki-Engine Confluence 2.3+ betrieben und sind innerhalb des Unternehmens öffentlich sichtbar.

² Aktive Benutzer, die das Wiki mindestens einmal editiert haben.

³ in Tagen, Datenabzug vom 25.08.2008.

⁴ Diese Zahl stellt einen Maximalwert dar, weil jeder Benutzer in mehreren Wikis editiert haben könnte. Der Minimalwert liegt in diesem Fall bei 96 – wobei auch hier nicht gesagt werden kann, ob diese 96 Mitarbeiter alle zeitgleich im Unternehmen tätig waren.

F ist ebenfalls ein deutsches Industrieunternehmen mit deutlich über 1.000 Mitarbeitern (Tabelle 56). Von F liegen zwei Wikis mit mehr als 100 Artikeln vor. Auch hier sticht eines – Wiki_{e78} – mit einer besonders hohen Artikelzahl hervor, auch die Zahl der aktiven Benutzer ist hier deutlich höher. In Wiki_{e79} , welches ungefähr drei Jahre jünger ist als Wiki_{e78} , haben die Benutzer im Durchschnitt deutlich mehr Artikel verfasst. Das Verhältnis zwischen Benutzern und Artikeln liegt im Durchschnitt bei 6,7, das entspricht 0,010 Artikeln pro Benutzer und Tag.

Tabelle 56: Wikis des Unternehmens F¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer} \cdot \text{Alter}}$
Wiki _{e78}	2.288	352	6,5	1.701	0,004
Wiki _{e79}	181	16	11,3	676	0,017
$\sum$	2.469	368 ⁴	6,7	2.377	0,010

¹ Alle Wikis werden mit der Wiki-Engine Confluence 2.3+ betrieben und sind innerhalb des Unternehmens nicht öffentlich sichtbar.

² Aktive Benutzer, die das Wiki mindestens einmal editiert haben.

³ in Tagen, Datenabzug vom 12.08. und 06.08.2008.

⁴ Diese Zahl stellt einen Maximalwert dar, weil jeder Benutzer in mehreren Wikis editiert haben könnte. Der Minimalwert liegt in diesem Fall bei 352 – wobei auch hier nicht gesagt werden kann, ob diese 352 Mitarbeiter alle zeitgleich im Unternehmen tätig waren.

G ist ebenfalls ein deutsches Industrieunternehmen mit deutlich über 1.000 Mitarbeitern (Tabelle 57). Von G liegen zwei Wikis mit mehr als 100 Artikeln vor. Auch hier sticht eines – Wiki_{e80} – mit einer besonders hohen Artikelzahl hervor.

Tabelle 57: Wikis des Unternehmens G¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer} \cdot \text{Alter}}$
Wiki _{e80}	1.345	156	8,6	1.295	0,007
Wiki _{e81}	571	74	7,7	735	0,010
$\sum$	1.916	230 ⁴	8,3	2.030	0,009

¹ Alle Wikis werden mit der Wiki-Engine Confluence 2.3+ betrieben und sind innerhalb des Unternehmens nicht öffentlich sichtbar.

² Aktive Benutzer, die das Wiki mindestens einmal editiert haben.

³ in Tagen, Datenabzug vom 19.08.2008.

⁴ Diese Zahl stellt einen Maximalwert dar, weil jeder Benutzer in mehreren Wikis editiert haben könnte. Der Minimalwert liegt in diesem Fall bei 156 – wobei auch hier nicht gesagt werden kann, ob diese 156 Mitarbeiter alle zeitgleich im Unternehmen tätig waren.

Von den folgenden Unternehmen liegt nur jeweils ein Wiki mit mehr als 100 Artikeln vor. Bei den Unternehmen I und K handelt es sich um Confluence, bei den anderen Unternehmen um ein MediaWiki. Sie sind in Tabelle 58 zusammengefasst. Wer mehrere Wikis im Unternehmen betreibt, ist offensichtlich mit Confluence besser bedient. Auch von L gab es insgesamt 18 Wikis, wobei nur eines über 100 Artikel aufwies. In diesem Fall wären sogar noch mehr und auch größere Wikis vorhanden gewesen, welche sich aber

aus technischen Gründen nicht für die Analyse exportieren ließen.

H mit Wiki_{e82} ist in der IT-Branche tätig und beschäftigt über 1.000 Mitarbeiter. Auch dieses Wiki ist immerhin schon über dreieinhalb Jahre alt und mit deutlichem Abstand das größte Wiki in diesem Vergleich. Zugleich ist es das Wiki mit der mit Abstand größten Zahl an aktiven Benutzern, die im Schnitt 8,6 Artikel geschrieben haben – das entspricht 0,006 Artikeln pro Benutzer und Tag.

I mit Wiki_{e83} ist Teil eines Industriekonzerns mit deutlich über 1.000 Mitarbeitern. Das Wiki von I ist erst knapp über ein Jahr alt, verfügt aber schon über eine stattliche Anzahl an Artikeln – ähnlich wie das größte Wiki von Unternehmen D. Im Durchschnitt haben die 56 Benutzer 27,2 Artikel geschrieben, das entspricht 0,071 Artikel pro Mitarbeiter und Tag.

J mit Wiki_{e84} ist ein Beratungsunternehmen mit deutlich weniger als 100 Mitarbeitern. Trotz der geringen Mitarbeiterzahl enthält das Wiki schon über 1.000 Artikel. Allerdings ist es auch schon fast drei Jahre alt. Die 47 Nutzer haben durchschnittlich 22,1 Artikel eingegeben – also 0,020 pro Tag und Nutzer.

K mit Wiki_{e85} ist ein Industrieunternehmen mit deutlich über 1.000 Mitarbeitern. Es ist im Vergleich zu den anderen „monolithischen“ Unternehmenswikis das kleinste. Dafür gehört es mit einem Alter von über zweieinhalb Jahren zu den ältesten. Die 75 aktiven Nutzer haben im Durchschnitt elf Artikel geschrieben, das sind 0,011 pro Tag.

L mit Wiki_{e85} ist ein Industrieunternehmen mit deutlich über 1.000 Mitarbeitern. Ähnlich wie das Wiki von I ist es erst ein gutes Jahr alt. Die zehn aktiven Benutzer haben im Schnitt 34,1 Artikel geschrieben – also 0,093 pro Tag und Nutzer.

Tabelle 58: Wikis der Unternehmen H, I, J, K und L¹

Wiki	$\sum$ Artikel	$\sum$ Benutzer ²	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer}}$	Alter ³	$\frac{\sum \text{Artikel}}{\sum \text{Benutzer} \cdot \text{Alter}}$
Wiki _{e82}	7.275	842	8,6	1.373	0,006
Wiki _{e83}	1.524	56	27,2	383	0,071
Wiki _{e84}	1.041	47	22,1	1.132	0,020
Wiki _{e85}	828	75	11,0	1.001	0,011
Wiki _{e86}	341	10	34,1	367	0,093

¹ Wiki_{e82} bis Wiki_{e85} werden mit der Wiki-Engine MediaWiki 1.12 betrieben, Wiki_{e86} mit Confluence 2.3+.

² in Tagen, Datenabzug vom 21.07., 22.07., 09.07., 07.07. und 11.09.2008.

³ innerhalb des Unternehmens.

B.7 Mann-Whitney-U-Test mit SPSS

Für Indikator (74) in der Hauptstudie – Lesebeschränkungen pro Artikel – ist beispielhaft die Ausgabe zum Mann-Whitney-U-Test des Statistikprogramms SPSS beigefügt.

```

DATASET ACTIVATE DatenSet19.
DATASET CLOSE DatenSet18.
GET DATA
  /TYPE=XLS
  /FILE='C:\Documents and Settings\war4fe\Desktop\SPSS\74_Lesebeschränkungen_pro_Artik
el.xls'
  /SHEET=name 'Tabelle2'
  /CELLRANGE=full
  /READNAMES=on
  /ASSUMEDSTRWIDTH=32767.
SAVE OUTFILE='C:\Documents and Settings\war4fe\Desktop\SPSS\74_Lesebeschränkungen_
pro_Artikel.sav'
  /COMPRESSED.
NPAR TESTS
  /M-W= Score BY Group(1 2)
  /STATISTICS=DESCRIPTIVES
  /MISSING ANALYSIS.

```

Nichtparametrische Tests

Anmerkungen		
Eingabe	Ausgabe erstellt	22-Nov-2009 18:09:33
	Kommentare	
	Daten	C:\Documents and Settings\war4fe\Desktop\SPSS\74_Lesebeschränkungen_pro_Artikel.sav
	Aktiver Datensatz	DatenSet20
	Filter	<keine>
	Gewichtung	<keine>
Verarbeitung fehlender Werte	Aufgeteilte Datei	<keine>
	Anzahl der Zeilen in der Arbeitsdatei	110
	Definition von fehlend	Benutzerdefinierte fehlende Werte werden als fehlend behandelt.
	Verwendete Fälle	Die Statistiken für alle Tests basieren auf allen Fällen mit gültigen Daten für die in den Tests verwendete(n) Variable(n) .
Ressourcen	Syntax	NPAR TESTS /M-W= Score BY Group(1 2) /STATISTICS=DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS.
	Prozessorzeit	0:00:00.000
	Verstrichene Zeit	0:00:00.000
	Anzahl der zulässigen Fälle ^a	112347

a. Basiert auf der Verfügbarkeit des Arbeitsspeichers.

[DatenSet20] C:\Documents and Settings\war4fe\Desktop\SPSS\74_Lesebeschränkungen_pro_Artikel.sav

Deskriptive Statistiken

	N	Mittelwert	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Score	110	,01	,016	0	0
Group	110	1,87	,335	1	2

Mann-Whitney-Test

Ränge

	Group	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Score	1	14	80,32	1124,50
	2	96	51,88	4980,50
	Gesamt	110		

Statistik für Test^a

	Score
Mann-Whitney-U	324,500
Wilcoxon-W	4980,500
Z	-3,674
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a. Gruppenvariable: Group

B.8 Exkurs: Vergleich von Unternehmens- mit öffentlichen Wikis

B.8.1 Wachstum

In dieser Arbeit lag der Schwerpunkt auf der quantitativen Analyse von Unternehmenswikis. Mit dem Wiki-Analyse-Programm können natürlich ebenso öffentliche Wikis analysiert werden [97, S. 177ff.]. Im Folgenden sollen exemplarisch die Wachstumskennzahlen der Unternehmenswikis mit denen der öffentlichen – deutschen und englischen – Wikiversity diskutiert werden.

In Tabelle 59 sind die einzelnen Unternehmen mit den monatlichen Wachstumswerten ihrer Wikis aufgeführt. Für Unternehmen, die mehrere Wikis mit mehr als 100 Artikeln betreiben¹⁸⁵, wurden die Werte aggregiert. Zwei Wikis von Robert Bosch, eines von Unternehmen A und zwei von Unternehmen B konnten nicht berücksichtigt werden, da sie mit einem Alter¹⁸⁶ von 43, 42, 0¹⁸⁷, 36 und 51 Tagen noch zu jung waren, um eine monatliche Wachstumsrate berechnen zu können. Von den 110 Wikis mit mindestens 100 Artikeln bleiben so 105 übrig. Das Wachstum wurde folgendermaßen berechnet: Wenn ein Wiki z.B. am 12.10.2005 zum ersten Mal editiert wurde, kann für November 2005 die erste monatliche Wachstumsrate berechnet werden. In diesem Beispiel würden die Artikelzahl x_{n-1} vom 31.10. und x_n vom 30.11. zu Grunde liegen, allgemein: $\frac{x_n - x_{n-1}}{x_n}$. Dieses Vorgehen ist nicht unproblematisch, weil so der erste Monat zwischen einem und 31 Tagen lang sein kann. Doch unabhängig davon, ob man diesen Monat ausnimmt oder nicht – es ergeben sich immer Ungenauigkeiten¹⁸⁸. Da gerade die ersten Wachstumstage der Wikis nicht unberücksichtigt bleiben sollen und der Anteil der ersten Monate an der Gesamtzahl aller Monate unter sieben Prozent¹⁸⁹ beträgt, werden auch die jeweils ersten Monate in die Berechnung eingeschlossen. Bei den Folgemonaten werden dann nur noch abgeschlossene berücksichtigt – der letzte angefangene Monat wird also nicht miteinbezogen.

Zunächst fällt in Tabelle 59 auf, dass es in keinem Unternehmen ein Wiki gibt, das ein negatives Wachstum aufweist. Selbst wenn Artikel gelöscht werden, ist die Anzahl neu eingestellter Artikel in allen 1.458 Monaten höher. Die geringste Wachstumsrate beträgt 0%, sie tritt in insgesamt 286 Monaten auf – das entspricht 20% aller Monate. Im Durchschnitt wachsen die betrachteten Unternehmenswikis also 2,4 Monate im Jahr nicht. Eine Erklärung könnten Urlaubszeiten sein. Allerdings unterscheiden sich die

¹⁸⁵Neben Robert Bosch sind das A, B, C, D, E, F und G.

¹⁸⁶Gemeint ist damit der Zeitraum zwischen erstem und letztem Editiervorgang.

¹⁸⁷Hier liegt vermutlich ein fehlerhaftes Datum vor.

¹⁸⁸Es besteht natürlich die Möglichkeit, die Betrachtungen auf das Tageswachstum herunterzubrechen. Ob die Wachstumszahlen auf dieser Granularitätsebene noch aussagekräftig sind, darf bezweifelt werden – auch weil Feier- und Wochenendtage berücksichtigt werden müssten. Daher wird auf Monatsebene aggregiert.

¹⁸⁹Insgesamt sind von den 105 Unternehmenswikis 1.458 Monate und von den zwei öffentlichen Wikis 83 Monate verfügbar. So ergibt sich ein Anteil der ersten Monate von 6,9%.

Unternehmen auch stark: Von den 13 Unternehmen weisen immerhin sechs einen Anteil von unter 10% der Monate ohne Wachstum auf. Unternehmen A und E fallen mit Anteilen von 42% und 32% auf. Es handelt sich hier um Confluence Wikis. Auffällig ist auch, dass die Wikis der Unternehmen H und K als minimale monatliche Wachstumsrate drei bzw. vier Prozent aufweisen. Beide sind übrigens MediaWikis.

Das monatliche Wachstum weist auch nach oben viele Ausreißer auf: In Unternehmen C gibt es beispielsweise ein Wiki, das von einem Monat auf den nächsten eine Steigerung von 19.650% erfahren hat. Auch in den Unternehmen A und B gibt es Wikis die maximal in dieser Größenordnung gewachsen sind. Vergleicht man diese Extremwerte mit der Standardabweichung, wird die stark schiefe Verteilung der Wachstumsdaten ersichtlich. Natürlich können sich solche Wachstumsraten – wenn man auf niedriger Basis startet – leicht ergeben. Insbesondere dann, wenn eine „Vorbefüllung“ des Wikis durchgeführt wurde. Dass auch regelmäßigeres Wachstum auftritt, beweisen interessanterweise die Wikis der Unternehmen H und K. Sie haben nicht nur keine Monate ohne Wachstum, sondern mit 97% und 154% auch die geringsten Ausreißer nach oben.

Die Betrachtung der Mittelwerte und Mediane liefert ein passendes Bild: Während das durchschnittliche Wachstum über alle Wikis und Monate bei beachtlichen 105% liegt, weist der Median lediglich sechs Prozent auf.

Tabelle 59: Monatliches Artikelwachstum in den Unternehmenswikis¹

Gruppe	Unternehmen	n	$x = 0$	$\bar{x}$	$\tilde{x}$	s	x_{min}	x_{max}
1	C	130	4 (0,03)	3,44	0,15	18,38	0,00	196,50
1	H	44	0 (0,00)	0,10	0,07	0,14	0,04	0,97
2	RB	313	47 (0,15)	0,50	0,05	2,64	0,00	33,00
2	A	369	155 (0,42)	1,21	0,02	10,08	0,00	147,00
2	B	135	8 (0,06)	2,11	0,12	12,57	0,00	137,00
2	D	133	15 (0,11)	0,73	0,07	2,95	0,00	26,78
2	E	102	33 (0,32)	0,29	0,02	0,87	0,00	6,53
2	F	77	5 (0,06)	0,29	0,06	1,00	0,00	7,33
2	G	65	13 (0,20)	0,26	0,07	0,85	0,00	6,67
2	I	11	2 (0,18)	0,42	0,03	1,25	0,00	4,38
2	J	36	2 (0,06)	0,28	0,03	1,28	0,00	7,81
2	K	32	0 (0,00)	0,13	0,08	0,26	0,03	1,54
2	L	11	2 (0,18)	0,65	0,18	1,04	0,00	3,60
1.458		286 (0,20)	1,05	0,06	8,59	0,00	196,50	

¹ n ist die Anzahl der Monate, $\bar{x}$ das arithmetische Mittel, $\tilde{x}$ der Median, s die Standardabweichung des Mittelwertes, x_{min} der minimale Wachstumswert und x_{max} der maximale Wachstumswert.

Tabelle 60 zeigt die fünf Quantile für die 105 Unternehmenswikis – auf jedes Quantil entfallen also 21 Wikis. Die beiden Wikiversities würden mit einem Median von gemeinsam elf Prozent im 4. Quantil eingeordnet werden.

Tabelle 60: Quantile des monatlichen Artikelwachstums in den Unternehmenswikis¹

Variable	1. Quantil	2. Quantil	3. Quantil	4. Quantil	5. Quantil
Monatswachstum	[0,0; 0,9[	[0,9; 4,7[	[4,7; 8,6[	[8,6; 18,3[	[18,3; 2.483,4]

¹ Median in Prozent.

Um Unterschiede im Artikelwachstum zwischen Unternehmens- und öffentlichen Wikis exemplarisch zu verdeutlichen, wurden auch die Daten der englischen und deutschen „Wikiversity“ analysiert:

„Die Wikiversity ist eine Plattform zum gemeinschaftlichen Lernen, Lehren, Nachdenken und Forschen. In Kursen wird Wissen didaktisch aufbereitet und abgerufen. Kolloquien dienen dem fachlichen Gedankenaustausch. In Projekten kann neuen Fragestellungen nachgegangen werden. Durch die Entwicklung und Bereitstellung freier Kurs- und Lernmaterialien soll der ungehinderte Zugang zum Wissen verbessert werden.“¹⁹⁰

Die Wikiversity ist ein Projekt der Wikimedia Foundation¹⁹¹. Damit handelt es sich zum einen um eines der bekannteren öffentlichen Wikis. Zum anderen ist die Anzahl an Artikeln vergleichbar.

Die Daten der englischen Wikiversity umfassen 1.578 Tage vom 17.05.2004 bis 11.09.2008. In dieser Zeit wurden 11.997 Artikel von 10.877 Autoren editiert. In der deutschen Wikiversity sind Daten im Umfang von 1.103 Tage vom 02.03.2005 bis 09.03.2008 vorhanden. Es wurden 2.178 Artikel von 2.130 Autoren geschrieben.

In Tabelle 61 sind die entsprechenden Vergleichswerte zu den Unternehmenswikis eingetragen. Die Anzahl der Monate, in denen kein Wachstum stattgefunden hat, unterscheidet sich bei den beiden Wikiversities ähnlich stark wie bei den Unternehmenwikis: In der deutschen sind es immerhin 31%, in der englischen nur zwei Prozent. Das mittlere Wachstum ist insgesamt mit 25% pro Monat zwar geringer als bei den Unternehmenswikis, der Median ist mit elf Prozent allerdings fast doppelt so hoch. Auch die Standardabweichung ist in beiden öffentlichen Wikis mit 0,54 und 0,29 sehr viel geringer als bei den nicht-öffentlichen Wikis in der Wirtschaft mit 8,59.

¹⁹⁰Vgl. <http://de.wikiversity.org/wiki/Hauptseite>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010.

¹⁹¹Vgl. <http://wikimediafoundation.org/wiki/Home>, letzter Abruf: 16. Dezember 2010. Neben der Wikiversity gibt es die Projekte Wikipedia, Wiktionary, Wikiquote, Wikibooks, Wikisource, Wikispecies, Wikinews und Wikimedia Commons.

Tabelle 61: Monatliches Artikelwachstum in den Wikiversities¹

Wikiversity	n	$x = 0$	$\bar{x}$	$\tilde{x}$	s	x_{min}	x_{max}
Deutsch	35	11 (0,31)	0,29	0,10	0,54	0,00	2,33
Englisch	48	1 (0,02)	0,22	0,12	0,29	0,00	1,57
	83	12 (0,14)	0,25	0,11	0,42	0,00	2,33

¹ n ist die Anzahl der Monate, $\bar{x}$ das arithmetische Mittel, $\tilde{x}$ der Median, s die Standardabweichung des Mittelwertes, x_{min} der minimale Wachstumswert und x_{max} der maximale Wachstumswert.

B.8.2 Alter

In diesem Abschnitt werden die Analyseergebnisse im Bereich Alter vorgestellt. Die Dynamik eines Wikis zeigt sich wesentlich in neuen Artikeln. Ein Wiki, das keine oder nur noch wenig neue Artikel enthält, ist in Gefahr, zu erstarren und zu veralten.

Mit „Alter“ bzw. der „Gesamtlebensdauer“ ist der Zeitraum zwischen erster und letzter Editierung innerhalb eines Wikis gemeint. Nachdem bereits das Alter für jedes einzelne der untersuchten Wikis aufgelistet und Durchschnittswerte auf Unternehmensebene und insgesamt angegeben wurden, geht es im Folgenden um eine genauere Betrachtung einzelner Zeiträume. Dazu wurde die Gesamtlebensdauer der Wikis mit Hilfe des Wiki Reporters in vier jeweils gleich lange Zeiträume zerlegt¹⁹². Für jedes Wiki kann so relativ zu seiner Gesamtlebensdauer angezeigt werden, wieviele Artikel im 1., 2., 3. und 4. Lebensabschnitt entstanden sind.

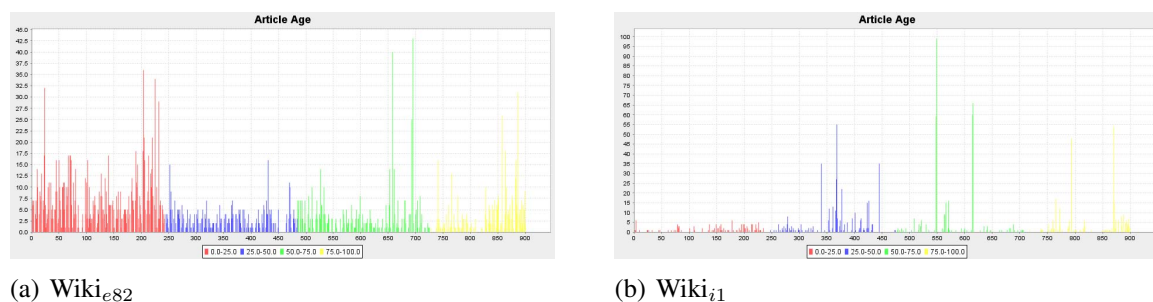


Abbildung 37: Hauptstudie: Alter von Wiki-Artikeln

In Abbildung 37 sind beispielhaft die ersten 900 Tage von Wiki_{i1} und Wiki_{e82} abgebildet. In Wiki_{i1} entstanden z.B. 283 Artikel (21,6%) aller Artikel im 1. Viertel der Gesamtlebensdauer – also in den ersten 225 Tagen – 444 (33,9%) im 2. Viertel, 411 (31,4%) im

¹⁹² Mit dem Wiki Reporter können dynamisch beliebige relative Zeiträume definiert werden, also z.B. auch die ersten 10% der Gesamtlebensdauer und die restlichen 90% etc. In einer ersten Näherung wurden jeweils vier gleich lange Zeiträume betrachtet.

3. Viertel und 170 (31,4%) im letzten Viertel. Die Werte für Wiki_{e82} liegen entsprechend bei 701 (9,6%), 711 (9,8%), 2.222 (30,5%) und 3.641 (50,0%). Über alle 105 betrachteten Wikis sind Werte von 12.084 (21,5%), 11.753 (20,9%), 14.164 (25,2%) und 18.169 (32,3%) – in diesem Fall über die Gesamtlebensdauer – zu verzeichnen. Es sind also fast ein Drittel aller Artikel im letzten Viertel der Gesamtlebensdauer entstanden. Die Werte für die einzelnen Unternehmen sind in Tabelle 62 aufgeführt. Die vier Zeiträume sind von links nach rechts rückwärts aufgeführt: Die Spalte „0-25“ bezeichnet das jeweils jüngste Viertel, die Spalte „25-50“ das zweitjüngste Viertel der Gesamtlebensdauer etc.

Tabelle 62: Verteilung des Artikelalters in den Unternehmenswikis¹

Unternehmen	<i>n</i>	0-25	25-50	50-75	75-100
RB	9.395	0,15	0,34	0,19	0,32
A	8.639	0,25	0,27	0,26	0,22
B	6.656	0,27	0,25	0,21	0,27
C	9.468	0,36	0,20	0,23	0,21
D	3.883	0,30	0,13	0,29	0,28
E	2.735	0,59	0,09	0,01	0,31
F	2.469	0,44	0,31	0,21	0,04
G	1.916	0,53	0,28	0,11	0,07
H	7.275	0,50	0,30	0,10	0,10
I	1.524	0,06	0,09	0,71	0,14
J	1.041	0,26	0,20	0,30	0,24
K	828	0,28	0,41	0,18	0,13
L	341	0,80	0,03	0,12	0,05
	56.170	0,32	0,25	0,21	0,22

¹ *n* ist die Anzahl der Artikel, „0-25“ das jüngste Viertel der Gesamtlebensdauer, „0-50“ das zweitjüngste etc.

Wenn man die Werte in Tabelle 62 genauer betrachtet, fällt auf, dass in vier Unternehmen – E, G, H und L – mindestens die Hälfte aller Artikel im jeweils letzten Viertel der Gesamtlebensdauer entstanden sind. Auf der anderen Seite gibt es mit I ein Unternehmen, in dessen jüngstem Viertel seines Lebenszyklus’ nur sechs Prozent aller Artikel entstanden sind. Insgesamt ist sicher eine ausgeglichene Verteilung der Artikel anzustreben. Vorbe-
füllungsphasen machen sich durch Ausreißer nach oben bemerkbar. Je höher der Anteil der Artikel im ersten Viertel, desto aktueller scheinen die Inhalte zu sein.

In Tabelle 62 sind für jedes Viertel der Gesamtlebensdauer die Quantile der jeweiligen Unternehmenswikis eingetragen. Wichtig ist hier zu wissen, dass die jeweils 21 Wikis

in den jeweiligen Zeiträumen nicht identisch sind – in jeder Zeile sind die Wikis also unterschiedlich verteilt. Insgesamt gilt z.B. für ein Fünftel der Wikis, dass minimal 45% aller ihrer Artikel im jüngsten Viertel ihres Gesamtlebenszyklus entstanden sind, ein weiteres Fünftel der Wikis hat minimal 26% aller ihrer Artikel im jüngsten Viertel ihres Gesamtlebenszyklus etc.

Tabelle 63: Quantile des Artikelalters in den Unternehmenswikis

Variable	1. Quantil	2. Quantil	3. Quantil	4. Quantil	5. Quantil
0-25 ¹	[1,00; 0,45[	[0,45; 0,26[	[0,26; 0,13[	[0,13; 0,06[	[0,06; 0,00]
25-50	[0,84; 0,31[	[0,31; 0,22[	[0,22; 0,14[	[0,14; 0,04[	[0,04; 0,00]
50-75	[0,95; 0,38[	[0,38; 0,23[	[0,23; 0,15[	[0,15; 0,08[	[0,08; 0,00]
75-100	[1,00; 0,51[	[0,51; 0,28[	[0,28; 0,14[	[0,14; 0,06[	[0,06; 0,00]

¹ „0-25“ steht für das jüngste Viertel in der Gesamtlebensdauer, „25-50“ für das zweitjüngste etc.

Tabelle 64 zeigt die Verteilung des Artikelalters für die beiden Wikiversities. In diesen Fällen wurden noch mehr Artikel als in den Unternehmenswikis, ca. 54%, im letzten Viertel der Gesamtlebensdauer angelegt. Auffällig ist, dass in beiden Wikis in der ersten Lebenshälfte kaum Artikel – ca. fünf Prozent – eingestellt wurden. Dies ist in den Unternehmen anders – möglicherweise kann man sich dort nicht so lange Anlaufphasen leisten. In der englischen Wikiversity mit fast sechsmal so vielen Artikeln wie in der deutschen Variante verteilt sich die Artikel-Entstehung schon etwas gleichmäßiger – zumindest in der zweiten Lebenshälfte. Dies korrespondiert mit dem in der englischen Wikiversity geringeren monatlichen Wachstum – siehe dazu Tabelle 61.

Tabelle 64: Verteilung des Artikelalters in den Wikiversities¹

Wikiversity	<i>n</i>	0-25	25-50	50-75	75-100
Deutsch	2.178	0,70	0,30	0,00	0,00
Englisch	11.997	0,51	0,44	0,04	0,01
	14.175	0,54	0,42	0,04	0,01

¹ *n* ist die Anzahl der Artikel, „0-25“ das jüngste Viertel der Gesamtlebensdauer, „0-50“ das zweitjüngste etc.

Die Größe „Alter“ ist nur ein Bestandteil der Aktualität eines Wikis. Wichtig ist außerdem die Verteilung der Änderungen an Artikeln im Zeitverlauf.

B.9 Datenbank-Schema des Wiki-Analyse-Programms

Abbildung 38 zeigt das Datenbankschema des Wiki-Analyse-Programms. Dieses Schema spiegelt eine idealtypische Wiki-Struktur wider, auf die MediaWiki und Confluence abgebildet wurden. Die Bezeichnungen sind dabei von Confluence entnommen worden: „space“ steht somit für ein einzelnes Wiki, „label“ für eine Kategorie, „comment“ für eine Version einer Diskussionsseite usw.

Dadurch, dass in den Wiki-Analysen auf die direkte Erhebung inhaltlicher Daten verzichtet wurde, konnte das Datenvolumen stark verringert werden.

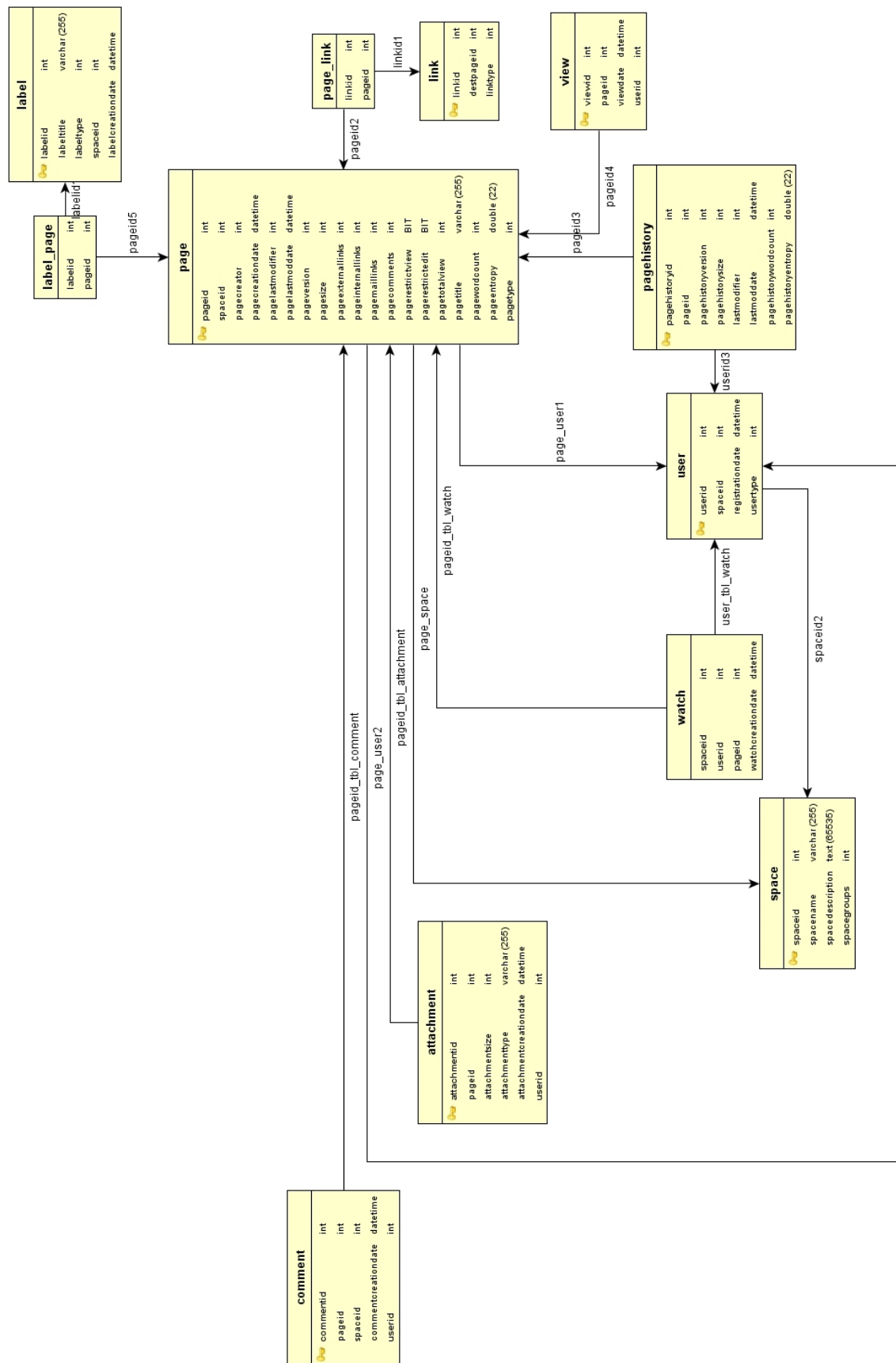


Abbildung 38: Datenbank-Schema des Wiki-Analyse-Programms