



Enterprise Wikis

Die erfolgreiche Einführung und Nutzung von Wikis in Unternehmen
 Von Martin Seibert, Sebastian Preuss, Matthias Rauer
 Gabler © 2011, 261 Seiten

Fokus

- Führung & Management
- Strategie
- Marketing & Verkauf
- Finanzen
- ▶ **Personalwesen**
- IT, Produktion & Logistik
- Karriere & Selbstmanagement
- KMU
- Wirtschaft & Politik
- Branchen
- Internationale Geschäfte
- Verwandte Themen

Take-Aways

- Ein Wiki ist kein Spielzeug, sondern ein effektives Instrument, das allen die Arbeit erleichtert.
- Jeder Mitarbeiter sollte das Wiki aktiv nutzen. So lässt sich schnell eine Wissensdatenbank aufbauen.
- Mit einem Firmen-Wiki nimmt die Zahl der E-Mails ab. Das spart Arbeitszeit.
- Ein Wiki ist nie fertig. Man arbeitet ständig daran und damit.
- Da niemand das Wiki anonym benutzen kann, ist die Gefahr von Vandalismus oder Missbrauch eher gering.
- Bis ein Wiki implementiert ist, benötigen Sie starke Nerven und Zeit, denn Sie werden es mit vielen Zweiflern zu tun haben.
- Jeder Mitarbeiter hat die Chance, im Wiki zum Experten für ein Thema zu werden.
- Vorurteile gegenüber einem Wiki gibt es fast wie Sand am Meer. Sie müssen sie mit guten Argumenten entkräften.
- Ein Wiki kann man nicht nebenbei aufbauen: Zumindest in der Anfangszeit ist es ein Ganztagsjob.
- Sie brauchen einen „Gärtner“, der Ihren Wiki-Wuchs in Ordnung hält.

Rating (bester Wert: 10)

Gesamt-Rating	Umsetzbarkeit	Innovationsgrad	Stil
8	9	8	8

Um getAbstract-Abonnements oder Firmenlösungen zu erwerben, besuchen Sie unsere Homepage www.getAbstract.de, rufen Sie uns an in unserem Büro in der Schweiz (+41 41 367 5151) oder in den USA (+1 877 778 6627) oder schreiben Sie an info@getAbstract.com. getAbstract bewertet Wissen und publiziert Buchzusammenfassungen via Internet. Die vollständige redaktionelle Verantwortung für alle Komponenten des Abstracts liegt bei getAbstract. Alle Rechte vorbehalten. Auszüge aus dem Buch mit der Genehmigung des Verlages. Das Urheberrecht am Buch verbleibt beim bisherigen Rechteinhaber. Kein Teil des Abstracts darf ohne schriftliche Genehmigung der getAbstract AG (Schweiz) in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt, in irgendeiner Weise verändert oder weiterverschickt werden.

Relevanz

Das lernen Sie

Nach der Lektüre dieses Abstracts wissen Sie: 1) welche Vorteile ein Firmen-Wiki bietet, 2) welche Argumente der Wiki-Gegner Sie entkräften müssen und 3) wie Sie ein Wiki im Unternehmen einführen.

Empfehlung

Was auf den ersten Blick albern wirkt, ist tatsächlich ziemlich gut gemacht: Die Autoren haben so genannte Personas festgelegt, wie man sie in jeder Firma antreffen könnte. Sie sind gleichzeitig die Protagonisten des Buches. Deshalb liest es sich ein bisschen wie ein Roman, allerdings wird dabei auf spielerische Art das Wissen vermittelt, das man benötigt, um zumindest in der Theorie ein Wiki-Experte zu werden. Interessant ist außerdem, dass in jedem Kapitel ein Link zu einem Internetvideo angegeben ist. Dort kann sich der Leser schnell und einfach weiteres Wissen aneignen. Das Buch bietet eine gute Einführung ins Thema Firmen-Wikis. Der Prozess der Implementierung ist aber von Firma zu Firma unterschiedlich und kann wahrscheinlich nicht ohne Expertenhilfe bewältigt werden. *getAbstract* empfiehlt das Buch allen Mitarbeitern in IT-Abteilungen sowie allen, die sich mit dem Thema Wissensmanagement beschäftigen.

Abstract

Wikis für alle

Sie kennen das wahrscheinlich: Bis Sie in Ihrer Firma die Informationen gefunden haben, die Sie suchen, kann viel Zeit vergehen. Außerdem läuft ständig Ihr E-Mail-Postfach über, und Konferenzen scheinen sich ins Endlose zu ziehen. Und dann gibt es auch noch neue Mitarbeiter, die so lange Ihre Hilfe benötigen, bis sie irgendwann selbstständig arbeiten können. Sie sind, auch wenn Sie es noch nicht wissen, ein typischer Kandidat für ein Firmen-Wiki. Glauben Sie nicht, das sei ein Spielzeug oder eine neue technische Spielerei. Vielmehr ist es ein Instrument, das die Effizienz in Ihrer Firma deutlich erhöhen wird. Einige finnische Unternehmen haben das längst erkannt. Eine Umfrage unter den Top-50-Firmen des Landes hat ergeben, dass immerhin 26% bereits ein Firmen-Wiki haben. 33% betreiben einen Testlauf oder denken über eine Einführung nach. 38% haben sich noch nicht richtig mit dem Thema befasst, und lediglich 3% wollen bewusst kein Wiki. Wer sich in der großen Wirtschaftswelt umsieht, findet bald heraus, dass auch Unternehmen wie BMW, Deutsche Bank, Airbus und Boeing mit Firmen-Wikis arbeiten.

Jeder soll schreiben

Viele Firmen haben ein Intranet. Dort werden alle wichtigen Informationen rund ums Unternehmen von einer Redaktion veröffentlicht. Je mehr Inhalte die Redaktion zugehört bekommt, desto länger bleiben sie u.U. liegen. Denn auch wenn die Redaktion ihre Arbeit gut macht: Sie ist ein Nadelöhr. Diesen Zeitverlust gibt es beim Firmen-Wiki nicht, denn dort kann und soll jeder Mitarbeiter veröffentlichen, was er für wichtig hält. Ein Wiki besteht also erst mal nur aus vielen Internetseiten, die von den Mitarbeitern selbst erweitert werden können. Es ist ähnlich wie bei einem Garten: Zunächst wird er angelegt, dann kommen die Samen in die Erde und schließlich wachsen und gedeihen die Pflanzen – und möglicherweise wuchert es sogar. Wie bei einem Garten werden Sie mit einem Firmen-Wiki nie fertig, da es in einem ständigen Entwicklungsprozess steckt.

„Das Wiki ist ein offener Verkaufstand des Bauern mit Überwachungskameras.“

„Wiki-Philosophie bedeutet Kollaboration und Transparenz.“

„Ein Wiki ist nicht automatisch gut, nur weil es vom gleichen Hersteller wie die im Unternehmen eingesetzte E-Mail- oder Groupsoftware kommt.“

„Wenn die Einführung schiefeht, hinterlässt man ‚verbrannte Erde‘ – und verbrannte Erde ist bekanntlich nicht sonderlich fruchtbar.“

„Wer Fehler macht, weil er im Planungsstadium spart, muss ein Vielfaches ausgeben, um die Fehler nach der Implementierung wieder zu beheben.“

Sie können z. B. regelmäßig alle Dokumente, die bisher als E-Mail-Anhänge durchs Unternehmen schwirrten, ins Wiki stellen. So wird aus dem Wiki schnell eine Wissensdatenbank. Häufig gibt es unterschiedliche Versionen ein und desselben Dokuments, die unter den Mitarbeitern kursieren. Sicherlich haben auch Sie sich schon darüber geärgert, Ihre Änderungen in eine veraltete Version eingetragen zu haben. Das wird nicht mehr passieren, wenn Sie mit einem Wiki arbeiten. Denn dann haben Sie immer die aktuelle Version in der Hand und können die Änderungen der Kollegen im Wiki direkt sehen. Zweiter Vorteil: E-Mails lassen sich so schneller und einfacher abarbeiten. Denn statt einer Mail mit langem Erklärtext und Anhang finden Sie künftig nur noch einen schnellen Verweis aufs Wiki im Postfach. Halten sich alle Mitarbeiter an diese Regel, wird das Wissen der Firma an einem Ort gebündelt. Und das erspart künftig langes Suchen und Erklären.

Missbrauchsrisiko ist eher gering

Wenn jeder veröffentlichen kann, was er will, birgt das natürlich ein gewisses Risiko. Aber die Chancen überwiegen ganz eindeutig. Denn dadurch, dass kein Mitarbeiter im Wiki anonym unterwegs sein kann, sinkt die Gefahr, dass er dort bewusst etwas Falsches oder Beleidigendes veröffentlicht. Hinzu kommt, dass das Unternehmen damit seinen Mitarbeitern einen Vertrauensvorschuss gibt, den diese wahrscheinlich nur selten missbrauchen werden. Ähnlich wie bei einem landwirtschaftlichen Betrieb: Dort stehen häufig die Produkte des Hofes am Straßenrand, daneben ist eine Vertrauenskasse. Wer Kartoffeln, Äpfel oder Kohl mitnimmt, wirft den Betrag, den er dem Bauern schuldet, in die Kasse. Übrigens können Sie auch bei einem Wiki geschützte Bereiche einrichten.

Die Vorteile eines Firmen-Wikis

Stellen Sie sich vor, ein Mitarbeiter fällt plötzlich wegen Krankheit aus. Das kann zu einem ziemlichen Problem werden, etwa wenn er alle Informationen zu einem bestimmten Projekt in seinem Postfach und auf seiner Festplatte gespeichert hat. Wenn Sie ein Wiki haben, erübrigt sich dieses Problem. Ein Kollege kann sich so sehr schnell in das Projekt einarbeiten, denn der kranke Mitarbeiter hat dort jeden einzelnen Schritt dokumentiert, alle wichtigen Informationen abgelegt, und selbst die Kontaktdaten der Kooperationspartner finden Sie jetzt ganz schnell. Ein anderes Beispiel: Ein neuer Mitarbeiter beginnt seinen Job und hat Fragen über Fragen. Haben Sie ein Firmen-Wiki, schicken Sie ihm einfach die betreffenden Links, und er kann alles in Ruhe nachlesen, was für ihn wichtig ist. Das spart Zeit und somit auch Geld. Dies gilt besonders im Zusammenhang mit Konferenzen: Wird die Agenda im Wiki vorgestellt, können die Teilnehmer sie schon vorab kommentieren. Möglicherweise werden dadurch einige Tagesordnungspunkte überflüssig. Und ob acht Mitarbeiter zwei Stunden zusammensitzen und sich die Köpfe heißreden oder ihre Aufgaben erledigen, macht einen gewaltigen Unterschied.

Übrigens können Sie sogar Kunden Zugang zum Wiki gewähren, und natürlich können Sie im Firmen-Wiki Blogs, Newsletter, den Speiseplan der Kantine, Handbücher, Unternehmensstatistiken, Dokumentationen elektronischer Systeme, ein Reservierungssystem für Firmenwagen, Räume oder Werkzeug, Videoschulungen oder auch eine Bundesliga-Tippgemeinschaft einbinden – um nur einige Anwendungsgebiete zu nennen. Fazit: Ein Wiki sorgt für Transparenz, ist immer aktuell, verbessert die Zusammenarbeit und erhöht die Effizienz. Dass jeder einzelne Angestellte im Firmen-Wiki schneller und einfacher findet, was er sucht, ist schon ein großer Pluspunkt; man kann aus der Software aber noch weitere Vorteile ziehen. Ein Wiki bietet sich dazu an, sich selbst und sein

„Die Teilnehmer am Wiki-Piloten sollten einen möglichst repräsentativen Querschnitt des Unternehmens abbilden.“

„Teilen sorgt für Transparenz und Wissenstransfer, das wirkt sich positiv auf die gemeinsame Arbeit an einem Thema aus.“

„Wiki-Gardening ist keine Kostenfrage, sondern eine Frage der Priorisierung.“

„Wir leben in einer Aufmerksamkeitsökonomie, die Leute teilen gerne, wenn sie ein Publikum haben.“

Wissen einem breiten Publikum zu präsentieren. Folge: Sie werden firmenintern zum Experten für ein bestimmtes Thema. Zumindest wenn Sie dieses Thema im Wiki gut betreuen und stets aktuell halten.

Mit welchen Typen Sie konfrontiert werden

Wenn Sie ein Firmen-Wiki einführen wollen, dann stellen Sie sich auf Gegenwind ein. Sie müssen auf jeden Fall die oberste Management-Etage auf Ihre Seite ziehen, um mit deren Hilfe die größten Zweifler in der Belegschaft zu überzeugen. Dort wird es diejenigen geben, die ihr Wissen nicht hergeben wollen, weil sie denken, sie werden dadurch unwichtig. Für sie ist es eine schreckliche Vorstellung, dass jeder ändern kann, was sie geschrieben haben. Zum anderen haben Sie möglicherweise eine IT-Abteilung, die wegen Sicherheitsbedenken keine neue Software im System wünscht. Auch den Betriebsrat müssen Sie überzeugen, denn er fürchtet regelmäßig, dass mit dem Wiki Mitarbeiter überwacht werden. Und dann gibt es noch diejenigen, die keine Lust haben, sich in eine neue Technik hineinzudenken.

Mit welcher Art Mitarbeiter Sie es vornehmlich zu tun haben, hängt von der Unternehmenskultur ab: Es gibt unter den Firmen die so genannten Innovators, die sehr früh neue Techniken einsetzen, weil sie darin einen Gewinn sehen und Vorreiter sein wollen. Dann gibt es die Early Adopters, die ihrer Konkurrenz gern einen Schritt voraus sein möchten. Die Early Majority wartet zunächst ab, springt dann aber auf eine neue Technik auf, wenn sie sieht, dass sie dadurch Vorteile hat. Anders die Late Majority: Sie verschläft schon einmal einen Trend und hinkt dadurch der Konkurrenz hinterher. Schließlich gibt es noch die Laggards. Sie sind sehr skeptisch und handeln erst, wenn es unbedingt sein muss.

Die häufigsten Vorurteile

Unabhängig von der Unternehmenskultur haben Mitarbeiter der neuen Technik gegenüber häufig Vorurteile. Die meisten können Sie schnell und einfach entkräften:

- „Um mit dem Wiki zu arbeiten, muss ich Programmiersprache beherrschen.“ Stimmt nicht, denn Sie können mit einem Rich-Text-Editor arbeiten und einfach losschreiben.
- „Die Einführung eines Wikis ist teuer.“ Nein, denn Sie benötigen eigentlich nur einen Computer und Internetzugang.
- „Wir haben bereits ein Forum, in dem nichts geschieht.“ Mag sein, aber ein Wiki ist kein Forum, sondern bietet einen Nutzen, der darüber hinausgeht.
- „Ein Wiki ist eine Gefahr für unser Firmennetzwerk.“ Nein, denn aktive Elemente, die schädigenden Code ermöglichen könnten, sind im Wiki geblockt. Auf Videos oder Bildergalerien muss trotzdem niemand verzichten.
- „Mit einem Wiki werden Mitarbeiter überwacht.“ Stimmt nicht: Es wird nur erfasst, wer wann an welchem Dokument gearbeitet hat, nicht aber, wer wie viel zum Wiki beigetragen hat.
- „Ich brauche kein Firmen-Wiki, denn es gibt ja Wikipedia.“ Das Firmen-Wiki ist keine Online-Enzyklopädie, sondern eine Wissensdatenbank. Zumindest, wenn sich alle daran beteiligen.

Wie Sie ein Firmen-Wiki ins Unternehmen bringen

Am Anfang steht die Suche nach der passenden Software. Anbieter gibt es viele – wichtig ist, dass Sie denjenigen herausfiltern, der sich für Ihren Zweck am besten eignet.

„Ein Experte, der im Unternehmen nicht als solcher wahrgenommen wird, ist letztlich eher angreifbar als ein Kollege, der Informationen ins Wiki stellt und dessen Expertise im ganzen Unternehmen bekannt ist.“

„Ein Firmen-Wiki ist kein öffentliches Wiki, kein Forum und kein Blog: Es kann nicht mal eben ein Nutzer aus dem Internet vorbeikommen und Unheil anrichten.“

„Hemdsärmelig, dreckig, unfertig, so sind Wikis stark.“

Wollen Sie eine kommerzielle Lösung oder einen quelloffenen Code? Dabei spielt beispielsweise eine Rolle, welche Schnittstellen das Programm bietet. Dann müssen Sie sich überlegen, wo das System laufen soll: intern oder bei einem externen Anbieter? Wichtig ist auch, mit welcher Version welches Browsers Sie im Unternehmen arbeiten. Häufig ist Wiki-Software auf neue Versionen ausgelegt, in Unternehmen benutzt man jedoch aus Sicherheitsgründen oft noch alte Browser-Versionen. Und noch ein Punkt: Soll das Wiki in Ihr Portal eingebettet werden? Dann muss das Layout überarbeitet werden. Ist die Wahl für eine Software gefallen und die technische Seite gelöst, benötigen Sie ein administratives Konzept: Wer hat Zugang zu welchen Dateien, wer hat welche Rechte? Wann kann ein neuer Bereich geöffnet werden? Was, wenn sich über Monate in einem Bereich nichts tut?

Sind alle theoretischen Fragen geklärt, geht es um die eigentliche Umsetzung. Starten Sie mit einem Pilotprojekt. Das ist sicherer, denn dann müssen Sie zunächst nur wenige Kollegen vom Firmen-Wiki überzeugen und haben im besten Fall anschließend Multiplikatoren für Ihr Projekt. Nachteil: Die Kosten steigen, weil mehr Zeit dafür eingeplant werden muss, zu testen, zu kommentieren und zu evaluieren. Denken Sie daran, dass Sie nur eine Chance haben, das Firmen-Wiki zum Erfolg zu führen. Nehmen Sie bis zu 15 Leute in die Pilotgruppe auf, die die Software testen soll. Achten Sie darauf, dass Sie eine gemischte Gruppe haben. So ziehen Sie den größten Nutzen aus der Pilotphase. Ist die Testphase geglückt, sollten Sie eine Designanpassung in Betracht ziehen. Dabei geht es um mehr als nur um ein farbliches Angleichen und das Einfügen des Logos: Vielmehr wird hierbei die Navigation und die so genannte Usability überarbeitet, damit die Mitarbeiter nicht nur wahrnehmen, dass das Wiki zum Unternehmen gehört, sondern auch bequemer damit arbeiten können.

Ein Gärtner für das Wiki

Ein Firmen-Wiki einzuführen ist keine Sache, die man nebenher erledigen kann. Sie brauchen einen Mitarbeiter, der dieses Projekt zumindest in der Startphase hauptamtlich begleitet. Holen Sie sich außerdem externe Hilfe von Spezialisten für dieses Thema. Und denken Sie daran, PR für das Projekt zu machen, damit es Freunde in der Firma findet. Unterschätzen Sie diesen Aufwand nicht. Nutzen Sie alle Möglichkeiten, die Sie haben: Wählen Sie z. B. den Wiki-Mitarbeiter des Monats, verteilen Sie Aufkleber mit dem Hinweis aufs Firmen-Wiki und bauen Sie einen Wiki-Stand auf dem Weg zur Kantine auf, wo sich alle schnell und einfach über das System informieren können. Zusätzlich brauchen Sie einen Mitarbeiter, der langfristig Ordnung im Wiki hält. Auch wenn jeder einstellt, was er für richtig hält, muss es eine Person geben, die regelmäßig nach dem Rechten schaut: Redundanzen beseitigen, Verweise korrigieren, verschlagworten oder kategorisieren. Sieht man das Wiki als Garten, ist diese Person der Gärtner.

Über die Autoren

Martin Seibert ist geschäftsführender Gesellschafter bei Seibert Media und Experte für Unternehmenskommunikation und Enterprise 2.0. **Sebastian Preuss** ist Gesellschafter bei Seibert Media und für das operative Geschäft zuständig. Zu seinen Schwerpunkten gehören Unternehmenskommunikation und Nutzererfahrung. **Matthias Rauer** leitet die Redaktion des Unternehmens sowie das Firmenblog.