

Vorgestellt: „Studio6“ – Campus TV der DHBW Ravensburg

Wissensmanagement im Enterprise 2.0

Die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) mit ihren neun Standorten und drei Campus ist die erste und einzige staatliche duale, d. h. praxisintegrierende Hochschule in Deutschland. Am Standort Ravensburg werden u. a. die dualen Bachelor-Studiengänge „BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft“ und „Mediendesign“ angeboten. 2014 gründeten zwei Studierende der Studienrichtung BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft das Campus TV „Studio6“ in Form einer Public Private Partnership zwischen der DHBW Ravensburg und der Regio TV Bodenseefernsehen GmbH. Durch die Kooperation mit Regio TV besteht für die Studierenden jedes Semester die Möglichkeit, ihr spezifisches Fach- und Erfahrungswissen in den Herstellungsprozess einer 24-minütigen Sendung unter rundfunküblichen Realbedingungen einzubringen. Das Kooperationsprojekt wird seitens der DHBW

Ravensburg durch Prof. Dr. Petra Radke (Studiengangsleiterin BWL-Medien- und Kommunikationswirtschaft) und Prof. Dr. Klaus Birk (Studiengangsleiter Mediendesign) koordiniert.



Foto: DHBW Ravensburg

Prof. Dr. Petra Radke

DHBW Ravensburg
Duale Hochschule Baden-Württemberg
radke@dhbw-ravensburg.de



Foto: Studio6

Sebastian Demuth

Student des Studiengangs BWL- Medien- und Kommunikationswirtschaft der DHBW Ravensburg
Partnerunternehmen: ZDF
demuth@stud.dhbw-ravensburg.de

Schlüsselbegriffe: Public Private Partnership | Wissensmanagement | SECI Modell |

Das zentrale Problem in diesem studentischen Projekt ergibt sich aus der Kombination einer hohen Fluktuation von Teammitgliedern während und zwangsläufig nach Beendigung des dreijährigen Studiums sowie der bundesweiten Rekrutierung: Spätestens nach erfolgreichem Abschluss des Studiums geht das gesammelte Erfahrungswissen von zentralen Wissensträgern verloren.

Der vorliegende Beitrag gibt die Bemühungen und Überlegungen wieder, auf welche Weise dieses im Campus TV-Projekt gesammelte Erfahrungswissen, das sog. implizite Wissen, in explizites Wissen transferiert und nachfolgenden Studierendenteams weitergegeben werden kann. Dabei hat sich klar gezeigt, dass durch den Einsatz geeigneter Social-Software-Anwendungen große Chancen bestehen, die Teamkommunikation zu optimieren. Ebenso unverkennbar ist die Tatsache, dass die Umsetzung erhebliche Schwierigkeiten bereitet und immer noch Defizite bestehen.

Der Beitrag basiert auf den Ergebnissen der Projektarbeit von Sebastian Demuth, Student der Medienwirtschaft mit

dem Partnerunternehmen ZDF und einer der Teamleiter von „Studio6“.

1 „Studio 6“: Ein Public Private Partnership-Projekt

2014 gründeten die Studenten Ferdinand Schmitt und Philip Sokolowski (damals beide beim Partnerunternehmen ProSiebenSat.1) das Campus TV „Studio6“ in Form eines Public Private Partnership zwischen der Dualen Hochschule Baden-Württemberg als Körperschaft des öffentlichen Rechts und dem privaten Fernsehsender Regio TV.

Regio TV berichtet vor allem über lokale und regionale Themen aus dem Reichweitengebiet der Gesamtsendergruppe: den Großräumen Stuttgart und Ulm, dem Ostalbkreis, der Bodensee-Region und dem Schwarzwald (vgl. Regio TV 2016). Mit einer technischen Reichweite von mehr als 200.000 Haushalten kann das Sendernetzwerk von Regio TV als Ballungsraumfernsehsender bezeichnet werden (vgl. Wiegand 2004: 41). Verbreitungswege sind das Kabelnetz und die Aus-

strahlung über Satellit ASTRA Digital sowie die nachträgliche Platzierung der Sendehalte auf dem Video-on-Demand-Portal der Homepage von Regio TV (vgl. Regio TV 2016). Beide Partner bringen Leistungen in die Kooperation ein, welche in einem Kooperationsvertrag festgehalten wurden. Die Leistungen der DHBW Ravensburg bestehen in Recherche, Vorbereitung, Produktion, Schnitt und Anlieferung einer 24-minütigen Sendung pro Semester und in der Planung und Umsetzung eines Marketingkonzepts. Die Leistungen von Regio TV liegen in der Ausstrahlung des Beitrags und der Online-Verwertung.

Film- und medienschaffende Studierende können das in den Theoriephasen erworbene fachlich-methodische Wissen sowie das in den Praxisphasen vermittelte spezifische Erfahrungswissen auf die eigenständige Konzeption, Planung und Durchführung von Studio- und Außendrehen sowie den Schnitt und Postproduktion einer 24-minütigen Sendung unter rundfunküblichen Realbedingungen anwenden. Die Folgen, bestehend aus mehreren Beiträgen, sind mehrfach im terrestrischen Fernsehprogramm zu sehen und auch in der Online-Mediathek des Senders abrufbar. Zudem setzen die Studierenden auf die Verbreitung durch soziale Netzwerke. Ein erfolgreiches Beispiel ist der musikalische Beitrag „Der duale Student“, welcher sich mit den Klischees eines dualen Studiums befasst. Dieser Clip erreichte über 60.000 Nutzer auf Facebook und wurde 25.000-mal abgerufen.

Einige Partnerunternehmen der DHBW Ravensburg nutzen „Studio6“ als Werbung für die duale Ausbildung. So lässt sich beispielsweise die Sendung in den internen Unternehmensseiten des ZDF und von ProSiebenSat.1 abrufen. ProSiebenSat.1 veröffentlicht die Sendung auch auf ihrer Facebook-Karriere-Seite, um junge Menschen zum „Medienmachen“ zu ermutigen.

2 Besondere Merkmale CampusTV-Projekts „Studio6“

„Studio6“ zeichnet sich durch besondere Merkmale aus, die zu einer wissensintensiven Projektarbeit der Studierenden führen. Die Kernkompetenzen sind im Campus TV-Projekt keine reine Kombination aus technischen, materiellen oder organisatorischen Ressourcen; es sind zunehmend die kognitiven Fähigkeiten, die zum entscheidenden Produktionsfaktor im Produktionsprozess einer Folge werden (vgl. Remus 2002: 2). Hierzu zählen insbesondere Erfahrungswissen, Bewertungs- und Entscheidungsvorgänge sowie die Fähigkeit zur Selbstorganisation.

2.1 Redaktionelles Sendungskonzept

Campus TV „Studio6“ richtet sich an Oberstufenschüler, Studierende und Alumni und gibt Einblicke in das studentische Leben der DHBW Ravensburg. „Studio6“ soll dabei als ironisches, experimentelles und unmittelbares Format erlebt werden. Unter Wahrung dieser Merkmale verändert sich je-

doch, bedingt durch den Innovationsdruck, die konkrete Umsetzung von Folge zu Folge. Seit dem Wintersemester 2014 wurden insgesamt vier Folgen produziert und über Regio TV ausgestrahlt.

Jede der vier Folgen ist durch ihre Einmaligkeit in den Arbeitsabläufen bei der Projektdurchführung sowie durch komplexe Problemstellungen geprägt: „Studio6“ startete 2014 als klassische Magazinsendung. Aktuelle Neuigkeiten und Informationen in den Themenrubriken Kochen, Musik und Sport wurden unterhaltsam verpackt und im Nachrichtenstudio präsentiert. Folge zwei wurde als Late-Night-Show mit Publikum und Live-Band konzipiert, in Folge drei experimentierten die Studierenden stärker mit fiktionalen Inhalten. Auch das Publikum war Teil der Inszenierung. Das innovative TV-Format der Folge vier „Mach mal kein Theater“ ist eine Theaterinszenierung über das studentische Zusammenleben in Wohngemeinschaften. Durch den Ausfall des Internets wird der gemeinsame Abend – ohne Facebook oder Snapchat – zur Herausforderung. Das Theaterstück dient der Sendung als Aufhänger für Einspieler und einen Live-Auftritt.

2.2 Projektorganisation

„Studio6“ hat sich zu einem studiengangübergreifenden Campus TV-Projekt mit 55 aktiven Mitgliedern in Redaktion und Produktion entwickelt. Ausgangspunkt bilden die im „Studio6“ festzulegenden Rollen im Projekt, die durchzuführenden Aufgaben und Verantwortlichkeiten.

Das Campus TV-Projekt weist eine dezentrale Organisationsstruktur mit mehreren Ressorts auf, welche Projektteams unterschiedlicher Größe und Zusammensetzung in sich vereinen. Für jede Folge, bestehend aus mehreren Beiträgen, werden neue Ressorts gebildet, in denen mehrere Wissensgebiete verknüpft werden müssen.

In der aktuellen Folge vier des Sommersemesters 2016 produzierten drei Beitragsressorts fertige Einspieler für die Sendung; das Theaterressort war für die Konzeption und Umsetzung des verbindenden Theaterstücks zuständig. Den Studierenden wurden diese Ressorts zum Semesteranfang zugeteilt, wobei jedes Ressortteam aus mehreren Redakteuren und Technikern bestand. Zu den Aufgaben jedes Ressorts zählten die Recherche, Vorbereitung, Produktion, Schnitt und Anlieferung des Beitrags. Weitere Bereiche wie Requisite, Maske oder Marketing unterstützten die verschiedenen Ressorts während der gesamten Produktionsdauer.

„Studio6“ ist durch flache Hierarchien und ein hohes Maß an Eigenverantwortung und Selbstorganisation bei den Mitgliedern in allen Ebenen geprägt. Die weitgehend autark arbeitenden Ressortteams werden von der übergeordneten Gesamtleitung – bestehend aus vier Studierenden der Studiengänge „Mediendesign“ und „Medien- und Kommunikationswirtschaft“ – koordiniert. Die Mitglieder des Führungsteams übernehmen die redaktionelle Verantwortung

Tab. 1: Routine- und wissensorientierte Projektarbeit

Routinearbeit	Wissensintensive Projektarbeit
Häufige Wiederholung	Keine Wiederholung
Geringe Komplexität	Hohe Komplexität
Geringer Neuigkeitsanteil	Hoher Neuigkeitsanteil
Kaum Erfahrungswissen von Experten erforderlich	Erfahrungswissen von Experten erforderlich
Erforderliches Wissen ist gut kodifizierbar	Erforderliches Wissen ist schwierig kodifizierbar
Überschaubare Anzahl vertrauter Wissensgebiete	Verknüpfung von mehreren Wissensgebieten

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Hartlieb, 2000: 136

der Sendung und sind Ansprechpartner für die DHBW Ravensburg und Regio TV. Zu den Aufgaben zählen neben der fristgerechten Produktion und Anlieferung einer 24-minütigen Folge auch die Erstellung eines Finanzplans, das Anmieten einer Studio-Location sowie die Koordination von Filmequipment, welches die DHBW Ravensburg den Studierenden bereitstellt. Aufgrund der knappen Finanzmittel sind diese Produktionen durch viel Improvisation geprägt.

Die Fähigkeit, kreative Innovationen zu entwickeln und umzusetzen, nimmt eine zentrale Rolle im studentischen Projekt ein. Das zur Aufgabenerfüllung notwendige Erfahrungswissen ist auf wenige Wissensträger im Campus TV-Projekt verteilt, es besteht aus dem über mehrere Folgen hinweg gesammelten Wissen und ist teilweise schwierig kodifizierbar. Mit dem selbstgesteckten Ziel der Studierenden, „die Grenzen des Mediums Fernsehen auszuloten“, ergeben sich mit der Produktion jeder neuen Folge Probleme mit hohem Neuigkeitsanteil.

Tabelle 1 fasst die besonderen Merkmale dieser wissensorientierten Projektarbeit, wie sie im Campus-TV-Projekt vorzufinden sind, zusammen (vgl. Hartlieb 2000: 136).

2.3 Notwendigkeit für den Einsatz von Wissensmanagement

Das für den Herstellungsprozess eines sendefähigen Beitrags notwendige Erfahrungswissen ist auf zentrale Wissensträger im Campus TV-Projekt verteilt. Das Hauptproblem in diesem wissensorientierten studentischen Projekt ergibt sich aus der hohen Fluktuation von Teammitgliedern während und nach Beendigung des dreijährigen Studiums: Spätestens nach dem erfolgreichen Abschluss des Studiums geht das gesammelte Erfahrungswissen von zentralen Wis-

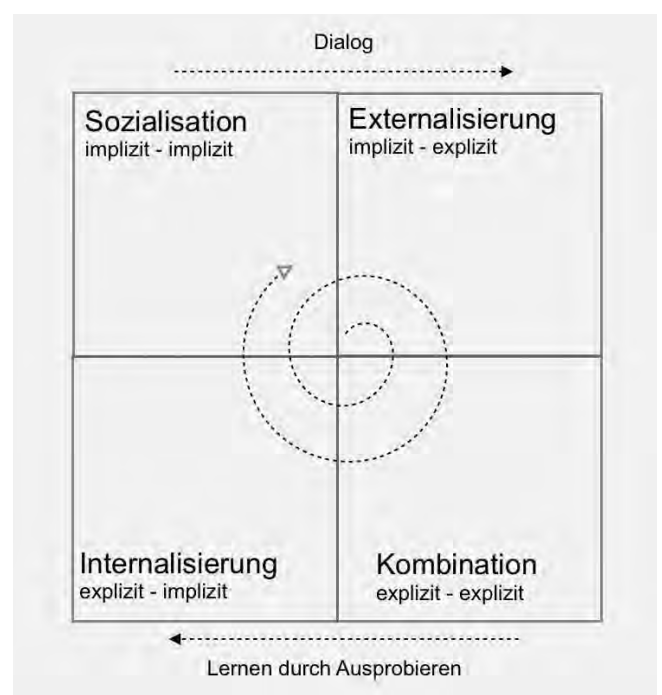
sensträgern verloren. Diese Problematik wird insbesondere in interdisziplinären studentischen Projekten verschärft, da ein Teil der Teammitglieder nicht über notwendiges Fach- und Erfahrungswissen in der Medienproduktion verfügt.

Dieses fehlende Wissen bei Teammitgliedern führte zu ineffizienten Arbeitsabläufen in Form von Doppelarbeiten und zu langen Produktionszeiten, da auf keine Dokumentation von relevantem Wissen zurückgegriffen werden konnte und oftmals Ansprechpartner mit Erfahrungswissen fehlten, insbesondere gab es auch Probleme mit der ressortübergreifenden Wissenskommunikation. „Studio6“ hat die Notwendigkeit von Wissensmanagement erkannt und versucht, geeignete Werkzeuge zu schaffen, um das in der Projektarbeit gesammelte Erfahrungswissen effizient weiterzugeben und für neue komplexe Umsetzungen anzuwenden.

3 Wissensmanagement durch Social Software: einige theoretische Anmerkungen

Für wissensorientierte Projekte wie „Studio6“, in denen neben flexiblen Organisationsformen auch Web-2.0-Technologien und Social Software zur Erzeugung und gemeinsamen Nutzung von Informationen eingesetzt werden, hat sich der Begriff Enterprise 2.0 herausgebildet (vgl. Geißler et al. 2009: 36). Damit Enterprise 2.0 erfolgreich ist, muss das Projektwissen ständig erarbeitet und weiterentwickelt werden. Wichtig ist die Erkenntnis, dass explizite und implizite Wissensformen zu unterscheiden sind, dass Wissen also häufig nicht in verschriftlichter und einfach zu kommunizierender Form vorliegt, sondern erst über Umwege aktiviert und vermittelt werden muss.

Abb. 1: Das SECI-Modell



Quelle: in Anlehnung an Nonaka, 1994:19

3.1 Das SECI-Modell des Wissenstransfers

Als geeignetes Erklärungsmodell zur Wissenserzeugung und -verbreitung kann das SECI-Modell (Socialization, Externalization, Combination, Internalization) von Nonaka/Takeuchi gelten, in dem beschrieben wird, wie Wissen durch die kontinuierliche Transformation zwischen implizitem und explizitem Wissen entsteht (vgl. Nonaka/Tekeuchi 1995; Lehner 2014; North 2016: 46-51; North/Kumta 2014). Das SECI-Modell – auch bekannt als das Modell der „Wissensspirale“ – unterscheidet vier Stufen der Wissensgenerierung und dessen Verbreitung (vgl. Abbildung 1).

In der Phase der Sozialisation (implizit zu implizit) wird das eigene implizite Erfahrungswissen durch Imitation, Beobachtung oder Übung um neues implizites Wissen erweitert. Das Modell fordert im zweiten Schritt die Externalisierung des impliziten Wissens: Die Phase der Externalisierung (implizit zu explizit) gilt als Schlüsselprozess der Wissensumwandlung. Aus implizitem Wissen werden explizite Konzepte, Hypothesen und Modelle entwickelt. In der Phase der Kombination (explizit zu explizit) tauschen sich die Mitarbeiter über Informations- und Kommunikationskanäle aus und kombinieren, sortieren oder kategorisieren bestehendes externes Wissen. Hierdurch kann aus zunächst individuellem Wissen kollektives Wissen werden. In der letzten Phase der Internalisierung (explizit zu implizit) wird explizites Wissen durch den praktischen Einsatz zu implizitem Wissen verinnerlicht.

Für das studentische Projekt „Studio6“ sind die Phasen der Externalisierung und Kombination von besonderer Be-

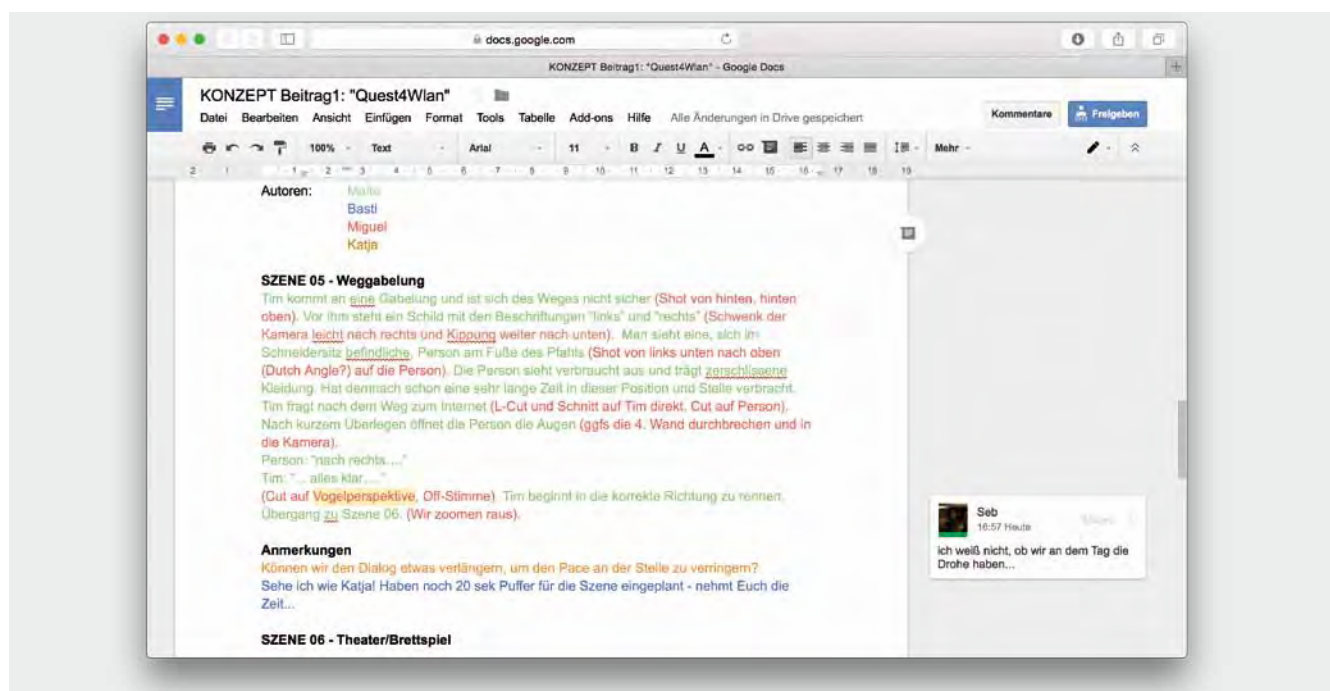
deutung, also die Frage, wie das implizit vorliegende Erfahrungswissen zu explizitem transformiert und somit anderen zur Verfügung gestellt werden kann.

3.2 Enterprise 2.0

Von Enterprise 2.0 spricht man, wenn Social Software innerhalb von oder zwischen Unternehmen und ihren Partnern genutzt wird, um Beiträge und Interaktionen global und dauerhaft sichtbar zu machen (vgl. McAfee 2006). Enterprise 2.0 gilt als eine Organisationsform mit sehr flachen Hierarchien. Bezogen auf „Studio6“ heißt dies: Die Mitglieder in den einzelnen Teams organisieren und steuern sich selbst, während das Führungsteam moderiert und unterstützt. Die Dezentralisierung von Entscheidungsprozessen führt zu einem neuen Bedarf hinsichtlich Informationsfluss und Wissensverteilung. Hier wiederum sind Web-2.0-Tools unerlässlich. Mit diesem Ansatz können die am Projekt Beteiligten miteinander vernetzt werden, um sie so zum selbstständigen Austausch von Wissen zu motivieren. Durch die kollaborative Lösung von Problemen wird Wissen gemeinsam angewandt, weitergegeben und damit konstant aktualisiert (vgl. Hackermeier 2011: 13). Der Fokus liegt auf der Etablierung einer Lehr- und Lernkultur im Projekt Campus TV und der Bereitstellung der nötigen Infrastruktur, um diese effektive Kollaboration und den Transfer von Wissen zu unterstützen.

Mittels geeigneter Social-Software-Anwendungen soll das implizit vorliegende Erfahrungswissen zu explizitem transformiert und anderen Teammitgliedern zur Verfügung gestellt,

Abb. 2: Drehbuch - Wiki



Quelle: Screenshot / Studio6

Abb. 3: Social Network Gruppe



Quelle: Screenshot / Studio6

die virtuelle Zusammenarbeit und die unternehmensinterne Kommunikation ermöglicht werden (vgl. McAfee 2009: 73). Überdies sind die Kosten einer Einführung durch On-Demand-Angebote und Open-Source-Software gering und von daher für studentische Projekte geeignet.

4 Praktizierte Social Software-Anwendungen

Mit Social Software kann ein breites Spektrum an Diensten unterschiedlichster Provenienz eingesetzt werden (vgl. Koch/Richter 2009: 23). Nachfolgende Anwendungen werden derzeit im Projekt „Studio6“ eingesetzt mit dem erklärten Ziel, zu einer besseren Koordination, Kommunikation und kürzeren Produktionszeiten zu kommen.

Wikis und Gruppeneeditoren

Ein Tool zum Generieren von Inhalten sind Wiki-Plattformen. Anders als bei einem Weblog steht beim Wiki die kollektive Zusammenarbeit im Vordergrund. Der Begriff bezeichnet Webseiten, deren Inhalt von unterschiedlichen Nutzern nicht nur gelesen, sondern auch verändert werden können (vgl. Mory et al. 2012: 76). Die einzelnen Wiki-Seiten sind per Querverweis miteinander verbunden. Hierdurch können große Gruppen an einer Sammlung von Webseiten arbeiten. Sie werden daher oft auch als neue Form von Content-Management-Systemen bezeichnet (vgl. Raabe 2007: 349).

„Studio6“ nutzt Wikis, um im Verbund an Drehbüchern, Ablaufplänen und Präsentationen zu arbeiten. Während die

Wikis hauptsächlich von den zuständigen Ressorts betreut werden, haben grundsätzlich alle „Studio6“-Mitglieder freien Zugang zu den Editoren und können sich so über die aktuellen Planungsstände informieren oder sich aktiv an der Entstehung beteiligen.

Social Networking Services

Unter dem Begriff „Social Networking Services“ werden Dienste verstanden, die den Nutzern die Funktion des Identitätsmanagements in Verbindung mit der Möglichkeit der Vernetzung mit anderen Nutzern bieten (vgl. Koch/Richter 2009: 53 ff.).

Alle „Studio6“-Mitglieder sind Teil einer internen Facebookgruppe. Hier können sie sich mit anderen Mitgliedern vernetzen, Fragen stellen oder Neuigkeiten posten. In der Facebookgruppe sind aktuelle sowie alle ehemaligen „Studio6“-Mitglieder aufgenommen. Dadurch steht eine wachsende Anzahl an Ansprechpartnern zur Verfügung.

Dienste zum Instant Messaging

Instant-Messaging-Dienste ermöglichen die synchrone und direkte Kommunikation zwischen Nutzern. Es bestehen u.a. die Möglichkeiten für Gruppenchats, den Austausch von Dateien, das Verwalten von Kontakten, die asynchrone Kommunikation und das Setzen eines Verfügbarkeitsstatus. Durch den Verfügbarkeitsstatus entsteht ein Präsenzbewusstsein bei den Nutzern. Sie können am aktuellen Status erkennen, ob mögliche Kommunikationspartner ungestört bleiben wol-

Abb. 4: WhatsApp- Gruppe – Projektleitung



Quelle: Screenshot / Studio6

len oder ob sie direkt auf die Nachricht reagieren werden. Dies erleichtert die Abstimmung und ermöglicht spontane Gespräche zwischen Nutzern.

Zu Beginn jedes Semesters wird für jedes Ressort eine WhatsApp-Gruppe eröffnet. Hierüber soll die Kommunikation mit Sendungsbezug stattfinden, damit alle Ressortmitglieder über denselben Informationsstand verfügen. Die Projektleitung ist in jeder der Ressortgruppen Mitglied, um den Gesamtüberblick zu bewahren und entsprechend zwischen den Gruppen koordinieren zu können.

5 Fazit und Ausblick

Der Beitrag zeigt, auf welche Art und Weise die Transformation zwischen implizitem und explizitem Wissen gelingen kann. Für das studentische Projekt „Studio6“ werden hier als Social-Software-Anwendungen insbesondere Wikis und Gruppeneeditoren, Social Networking Services sowie Dienste zum Instant Messaging genutzt.

Das Enterprise 2.0-Konzept bietet weitere Anwendungsmöglichkeiten für die Projektarbeit im „Studio6“. Weblogs stellen Online-Publikationen in Tagebuchform dar. Regelmäßig publizierte Einträge werden in umgekehrt chronologischer Reihenfolge dargestellt (vgl. Blood 2002: 6 ff.). Bei einem klassischen Weblog stehen der Autor und seine individuelle Sichtweise im Mittelpunkt der Unterhaltung. Eine Version des Weblogs sind Microblogs. Diese beruhen auf denselben Prinzipien, schränken die Nutzer aber ein. Ein Beispiel wäre Twitter, bei dem Nutzer nur Posts mit 140 Zeichen publizie-

ren können. Hierdurch ist eine Ähnlichkeit zu Instant Messaging Tools gegeben. Weblogs und Microblogs sollen für die nächste Folge von „Studio6“ eingesetzt werden. Dieses Tool ermöglicht die Dokumentation von Erfahrungswissen. Teammitglieder könnten in regelmäßigen Abständen Beiträge über bewältigte Probleme oder andere Erfahrungsberichte verfassen und anderen Studierenden somit eine Hilfestellung bei zukünftigen Problemen bieten.

Der Aufbau und die Pflege dieser gemeinsamen Wissensbasis sind entscheidend bei der effizienten Erfüllung von Projektaufgaben. Für „Studio6“ könnten dies Best-Practice-Beispiele sein, welche „vorbildliche“ Vorgehensweisen, Methoden und Praktiken im Projekt umfassen, die sich in der Vergangenheit bewährt haben. Es besteht aus unverbindlichen Empfehlungen für bestimmte Situationen und ist flexibler anwendbar als ein vorgegebener Standard. Formalisierte und starre Organisations- oder Kommunikationsstrukturen sind für dieses Projekt nicht praktikabel. Insgesamt betrachtet kann Social Software als ein Instrument des Wissensmanagement angesehen werden, nicht jedoch als Universallösung.

Literatur

- Blood, R. (2002): *The Weblog Handbook. Practical Advice on Creating and Maintaining your Blog*, New York.
- Geißler, P./Kalb, H./Schoop, E. (2009): Wissenstransfer im Enterprise 2.0 managen, in: Richter, A./Koch, M./Jahnke, I./Bullinger, A./Stocker, A. (Hrsg.) (2009): *Tagungsband zum Workshop: Enterprise 2.0 – Web 2.0 im Unternehmen. Konferenz Mensch und Computer*, 6-9. September 2009, Berlin, S. 36-40.
- Hackermeier, I. (2011): *Wiki im Wissensmanagement. Determinanten der Akzeptanz eines Web 2.0 Projektes innerhalb eines internationalen Zulieferers der Automobilindustrie*, Diss. Universität München.
- Hartlieb, E. (2000): *Zur Rolle der Wissenslogistik im betrieblichen Wissensmanagement*, Wiesbaden.
- Koch, M./Richter, A. (2009): *Enterprise 2.0. Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz von Social Software in Unternehmen*, 2. Aufl., Berlin.
- Lehner, F. (2014): *Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung*, 5. Aufl., München.
- Mandl, H./Reinmann-Rothmeier, G. (2001): *Wissensmanagement lernen. Ein Leitfadens zur Gestaltung von Workshops und zum Selbstlernen*, Weinheim.
- McAfee, A. P. (2006): *Enterprise 2.0: The Dawn of Emergent Collaboration*. MIT Sloan Management Review, 47 (3), pp 21-28.
- McAfee, A. (2009): *Enterprise 2.0. New Collaborative Tools for Your Organization's Toughest Challenges*, Boston.
- Nonaka, I. (1994): *A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation*, in: *Organization Science* 1 (5), pp 14-39.
- Nonaka, I./Takeuchi, H. (1995): *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, Oxford.
- North, K. (2016): *Wissensorientierte Unternehmensführung: Wissensmanagement gestalten*, 6. Aufl., Wiesbaden.
- North, K./Kumta, G. (2014): *Knowledge Management – Value Creation Through Organizational Learning*, Berlin, Heidelberg.
- Raabe, A. (2007): *Social Software im Unternehmen. Wikis und Weblogs für Wissensmanagement und Kommunikation*, Saarbrücken.
- Regio TV (2016): <http://www.regio-tv.de/about.html> (aufgerufen am 19.06.2016).
- Remus, U. (2002): *Prozessorientiertes Wissensmanagement. Konzepte und Modellierung*, Diss. Universität Regensburg.
- Wiegand, A. (2004): *Optimierung der Wirtschaftlichkeit regionaler und lokaler Fernsehsender*, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden Baden.
- Wirtz, B. W./Piehler, R./Mory, L. (2012): *Web 2.0 und digitale Geschäftsmodelle*, in: Lembke G./Soyez, N. (Hrsg.) (2012): *Digitale Medien im Unternehmen*, Berlin, S. 67-82.