

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis XIII

Tabellenverzeichnis XV

Abkürzungsverzeichnis XVII

Symbolverzeichnis..... XIX

1 Motivation und Einführung..... 1

1.1 Zielsetzung 2

1.2 Theoretisch-thematische Einordnung und Forschungsmethodik 7

1.2.1 Forschungsmethodik.....8

1.2.2 Wissenschaftstheoretische Einordnung..... 10

1.3 Aufbau der Forschungsarbeit 13

2 Grundlagen17

2.1 Unternehmensberatung 18

2.1.1 Begriffsklärung und Merkmale 18

2.1.2 Unternehmensberatung als Forschungsgegenstand..... 27

2.1.3 Wissensmanagement in der Unternehmensberatung 30

2.2 Social Software..... 37

2.2.1 Begriffsklärung und Historie 37

2.2.2 Anwendungsklassen..... 44

2.2.3 Wissensmanagement im Enterprise 2.0 50

2.3 Akzeptanzforschung..... 52

2.3.1 Begriffsklärung und Akzeptanzmodelle 52

2.3.2 Herausforderungen und Kritik..... 58

3 Aktueller Stand der Social-Software-Forschung.....61

3.1 Social Software als Forschungsgegenstand 61

3.1.1 Inhaltliche Fragestellungen..... 62

3.1.2 Unternehmensfunktionen 74

3.1.3	Forschungsansätze und Theorien.....	81
3.2	Berufliche Nutzung von Social Software.....	83
3.2.1	Methodik des Literature Reviews.....	83
3.2.2	Bestehende Nutzungskategorien	84
3.2.3	Verdichtung zu einem Kategoriensystem	90
3.2.4	Theoretische Untermauerung der Kategorien.....	94
3.3	Akzeptanz von Social Software	101
3.3.1	Quantitative Studien	101
3.3.2	Qualitative Studien.....	102
3.4	Herleitung der Forschungslücken	103
4	Qualitative Interviewstudie	107
4.1	Methodik.....	107
4.1.1	Experteninterviews	109
4.1.2	Qualitative Inhaltsanalyse.....	112
4.2	Datenerhebung	115
4.2.1	Leitfadententwicklung und Interviewunterlagen	116
4.2.2	Expertenauswahl und Sampling	117
4.2.3	Interviewdurchführung und Transkription	118
4.3	Datenanalyse.....	120
4.3.1	Kategoriensystem und Kodierregeln	121
4.3.2	Bearbeitung und Extraktion der Fundstellen	126
4.3.3	Ergebnisaufbereitung.....	130
4.4	Ergebnisse	131
4.4.1	Nutzungskategorien	131
4.4.2	Applikationskategorien	138
4.4.3	Weitere Befunde	145
5	Kausalanalyse	149
5.1	Methodische Grundlagen	150
5.1.1	Strukturgleichungsmodellierung	151
5.1.2	Varianz- und kovarianzbasierte Ansätze	156
5.2	Untersuchungsdesign	159

5.2.1	Herleitung des Forschungsmodells und Hypothesenbildung.....	160
5.2.2	Operationalisierung und Skalenentwicklung	162
5.2.3	Entwicklung und Aufbau des Fragebogens	168
5.3	Datenerhebung	171
5.3.1	Pretest und Anpassungen	171
5.3.2	Stichprobenkonstruktion und Untersuchungsdurchführung.....	175
5.4	Datenanalyse.....	178
5.4.1	Stichprobenbeschreibung.....	178
5.4.2	Validierung des Messmodells	180
5.4.3	Gütebeurteilung des Strukturmodells.....	186
5.5	Ergebnisse	187
5.5.1	Direkte und moderierende Effekte	187
5.5.2	Ergebnisse zu einzelnen Hypothesen	191
5.5.3	Gruppenvergleiche und explorative Ergebnisse	193
6	Conjoint Analyse.....	197
6.1	Methodische Grundlagen	197
6.1.1	Dekompositionelle Präferenzmessung	198
6.1.2	Vorgehen	200
6.2	Untersuchungsdesign	202
6.2.1	Stimuli und Choice Sets.....	203
6.2.2	Ratingerhebung.....	205
6.3	Datenerhebung und Datenanalyse.	207
6.4	Ergebnisse	209
7	Synthese und Ausblick	213
7.1	Beantwortung der Forschungsfragen	213
7.2	Limitationen der Studien	217
7.2.1	Limitationen der Kausalanalyse und Conjoint Analyse.....	218
7.2.2	Limitationen der qualitativen Interviewstudie	220
7.3	Diskussion und kritische Bewertung.....	223
7.3.1	Theoretischer Erkenntnisgewinn.....	228
7.3.2	Implikationen für die Praxis	229

7.4 Zukünftige Forschungsthemen	231
Literaturverzeichnis.....	233
Anhang.....	277