

Wissensmanagement (Teil 3)



Das Thema Wissensmanagement wurde in den bisherigen Beiträgen aufbereitet, indem Bausteine erfolgreichen Wissensmanagements vorgestellt, die Bereiche Kommunikation im Unternehmen und die Motivation der Mitarbeiter betrachtet sowie Wissensbarrieren in Informationsströmen dargelegt wurden. Weiterhin wurde vermittelt, wie Wissen zu bilanzieren ist, sich intellektuelles Kapital strukturieren lässt und welche Vorteile es hat, die eigene Wissensbilanz zu kennen und zu kommunizieren.

Im heutigen Beitrag erfolgt eine Betrachtung aus einer weiteren Perspektive: Wir haben die Geschäftsführer zweier hessischer Anbieter aus dem weiten Feld des Wissensmanagements gebeten, ihre Sicht

auf Herausforderungen, Marktsituation und Besonderheiten bei der Einführung von Wissensmanagement mit dem Fokus auf KMU darzulegen.

Die Antworten auf die fünf Fragen der Kurzinterviews mit Klaus Reichenberger, Geschäftsführer von **Intelligent Views** in Darmstadt, und Dr. Andreas Lischka, Geschäftsführer von **Ingenium in Kassel**, zeigen auf, wie unterschiedlich das Thema aufgefasst wird und welche Ausrichtungen es dabei gibt. Die Gegenüberstellung macht auch ganz deutlich, welches Leitmotiv bei der Auswahl einer Wissensmanagementlösung dienen sollte: Individuelle Prozesse und Strukturen erfordern individuelle Lösungen.

Dr. Andreas Lischka www.ingenium.de



ingenium

Klaus Reichenberg www.i-views.de



intelligent views

Sie implementieren Wissensmanagementsysteme.
Welche inhaltlichen Elemente fragen Ihre Kunden am meisten nach?

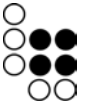
Die Kunden wollen Lösungen, die es ermöglichen, Wissen systematisch zu teilen, ohne dass es zurückgehalten wird, damit Innovation schneller stattfinden und Wissensbestände in allen Bereichen des Unternehmens verfügbar sind. Es werden Lösungen nachgefragt, die verhindern, dass sich Fehler wiederholen oder das Wissen mit dem Ausscheiden eines Wissensträgers die Organisation verlässt.

Die wichtigste Aufgabe, die unsere Kunden meistern, ist die Frage zu beantworten: „Welche Informationen benötigen die Mitarbeiter meines Unternehmens?“. Denn sie möchten ihr Unternehmenswissen zielsicher einsetzen. Unsere Kunden bewältigen die Aufgabe, strukturierte Information (z. B. aus Datenbanksystemen) und unstrukturierte Information (z. B. aus Filesystemen und Dokumentenpools) in Zusammenhang zu bringen. Denn erst, wenn die inhaltlichen Zusammenhänge klar sind, können aus der großen Menge der Informationen diejenigen ausfindig gemacht werden, die für ihre Mitarbeiter und ihr Geschäft relevant sind. Dabei ist ihr Augenmerk immer auf einen möglichst nachhaltigen Nutzen gerichtet:

- Fehlentscheidungen und Risiken minimieren
- Entwicklung koordinieren
- Schneller und gezielter am Markt agieren
- Erfahrungen nutzen
- Doppelentwicklungen vermeiden
- Expertise erhalten und sichern

Wichtigstes Auswahlkriterium für unsere Kunden war insbesondere die weitestmögliche „IT-freie“ Anwenderfreundlichkeit von K-Infinity.





Was sind Ihrer Erfahrung nach die größten Schwierigkeiten bei der Einführung von Wissensmanagementsystemen?

Ein zu großer Fokus liegt auf der Technik. Dabei wird vergessen, dass die Organisation aus Menschen besteht, die stärker eingebunden und in ihrer jeweiligen Situation abgeholt werden müssen. Viele haben Angst, sich überflüssig zu machen, wenn sie ihr Wissen preisgeben. Deshalb müssen Motive, Hintergründe und Vorteile der Einführung vermittelt werden. Ein nicht genutztes Wissensmanagementsystem funktioniert nicht.

Dass Unternehmen sich bisweilen nicht ausreichend auf ein Anwendungsszenario fokussieren und zunächst „nur ein“ unternehmensrelevantes Thema umsetzen, um dann von dort aus umfassendere Schritte zu gehen.

Wie schätzen Sie die derzeitige Marktsituation ein?

Absolut schwierig. Verschiedene Technikanbieter versuchen ihre jeweilige Lösung für jede Situation einzusetzen, nach dem Motto: „Wir haben einen Hammer, und der passt immer!“ Dabei fehlt es an Überblick und Markttransparenz über die verschiedenen Systeme, da Leistungsspektrum und Grenzen zwischen Content Management Systemen, Wissensportalen, Community Management Systemen und etwa Skill Management Systemen nicht klar definiert sind.

Die Stagnation der Wirtschaft in den letzten Jahren hat viele positive Ansätze verhindert. Die Resultate waren insbesondere für Unternehmen, die nicht in Wissensmanagement investiert haben, unerfreulich. Der Nachholbedarf wird deutlich und so wird jetzt die Notwendigkeit, Wissensmanagement im Unternehmen umzusetzen, vielfach zu einem strategischen Element.

Wie sehen Sie im Zusammenhang mit Wissensmanagement das Thema E-Learning?

Beide Themen stehen in enger Verbindung, da Wissen und Lernen im betrieblichen Prozess eng beieinander liegen. Er erfordert ein schnelles Nachschlagen ebenso wie die dauerhafte Aneignung von Wissen. Deshalb müssen unterstützende Systemlandschaften für beide Prozesse entwickelt werden, die ineinander greifen.

E-Learning muss, wie Wissensmanagement, die Geschäftsprozesse maßgeschneidert unterstützen.

Wie kann man Wissensmanagement für KMU nutzbar machen?

KMU müssen erkennen, dass auch sie das Thema betrifft und es nicht nur für große Firmen relevant ist. Gerade bei kleinen Unternehmen gilt, dass Wissensträger nicht viele, sondern nur wenige sind oder nur eine Person ist. Deshalb muss man sehr genau prüfen, wie Wissensströme verlaufen. Eine strategische Planung ist immer erforderlich, aber bei KMU sollten kleine Schritte nacheinander in überschaubaren Projekten realisiert werden („quick wins“). Darüber hinaus sollten Hersteller branchenspezifische Lösungen anbieten.

KMU müssen dieselben Probleme wie Konzerne lösen, haben jedoch nicht dieselbe Investitionskraft für hochpreisige Lösungen.

Wir glauben, dass insbesondere KMU von semantischen Technologien profitieren werden, denn es sind leichtgewichtige, flexibel an das Geschäft angepasste Lösungen.

Mittels solcher Lösungen können KMU denselben Vorteil wie die „Großen“ nutzen: Die richtige Information, zur richtigen Zeit, am richtigen Ort.

