

Wissensmanagement für KMU als Motor für die Zukunft

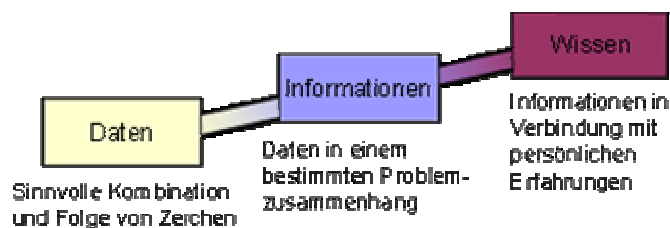
In der heutigen Zeit ist die Vermittlung von Wissen, welches noch immer zum größten Teil in den Köpfen der Mitarbeiter gespeichert ist, ein wesentlicher Faktor für den Erfolg eines Unternehmens. Fragt man nach den Zielen beim Einsatz von EDV und Internet, so bekommt man die Antwort „Umsatz steigern, Kosten senken, im Wettbewerb bestehen und schnellere Reaktionszeiten auf Marktanforderungen“. Um diese ehrgeizigen Ziele jedoch zu erreichen, muss speziell das Wissen der Mitarbeiter mobilisiert werden. Doch wie kann dies geschehen? Diese Fragestellung stellt besonders den Mittelstand vor neue Herausforderungen, zeigt jedoch gleichzeitig die Chancen für die Zukunft auf.

Um die besonderen Vorteile des Mittelstands im Wettbewerb zu nutzen ist besonders die Transparenz von wissensintensiven Prozessen im Unternehmen von Bedeutung. Umfragen ergaben eine durchaus hohe Investitionsbereitschaft in dem Ausbau oder Umbau von EDV-Aktivitäten und nicht zuletzt die Investition in EDV oder das Internet.

Hierzu wird Knowledge-Management (KM) heute vorwiegend bei großen Unternehmen angewandt. Und dies schon seit langer Zeit und mit steigendem Erfolg. Fragt man jedoch bei den verschiedenen Unternehmen nach der Definition des Begriffs Knowledge-Management, bekommt man sehr vielseitige Antworten. Um hier Abhilfe zu schaffen, eine allgemeine Beschreibung des Begriffs Knowledge-Management:

„Die Nutzarmachung des Wissens in Unternehmen, welches in den Köpfen der Mitarbeiter, in elektronischer oder Papierform vorhanden ist. Und dies mit Hilfe einfacher Tools, zu jeder Zeit und an jedem Ort.“

Im Alltag wird häufig zwischen Informationen und Wissen unterschieden, was soviel bedeutet wie: „nur wer Wissen hat, kann Informationen weitergeben“. Hierin liegt auch die Differenzierung von Wissensmanagement zu Informations- oder Datenmanagementsystemen.

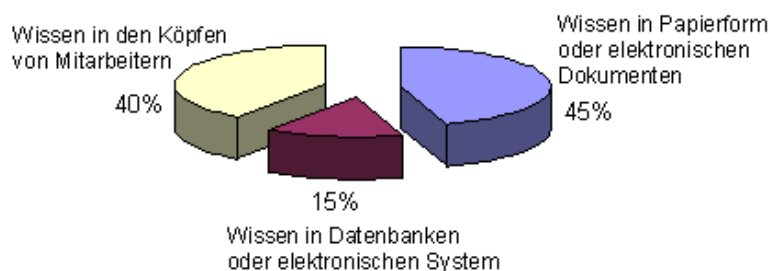


Daten - Informationen - Wissen

Bei richtiger Nutzung, ist Wissen bares Geld wert.

Wissen welches noch immer allzu häufig in einem Unternehmen brachliegt, ist bares Geld wert. Bis heute stehen Themen wie Content-Management, Dokumenten-Management oder Workflow-Lösungen im Vordergrund der Diskussionen. Inzwischen kommen jedoch immer mehr Unternehmen zu der Auffassung, dass das reine Sammeln und Archivieren von Daten und Dokumenten nicht der Weisheit letzter Schluss ist. Die Nutzung und Verteilung des Wissens spielt eine immer stärker werdende Rolle.

Betrachtet man die Verteilung des Wissens in einem Unternehmen näher, so kann man folgendes feststellen.



Die Verteilung von Wissen in einem Unternehmen (Quelle: Enterra Software GmbH)

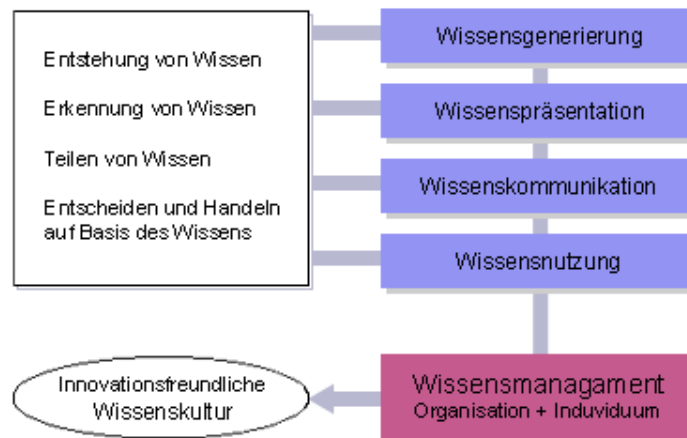
Um nun das vorhandene Wissen in nachweisbaren Erfolg für das Unternehmen umzusetzen, muss dieses zunächst erfasst und allen Mitarbeitern zugänglich gemacht werden. Eine Steigerung der Produktivität und der immateriellen Wertschöpfungskette steht am Ende des Prozesses.

Das Rad muss nicht immer neu erfunden werden.

Eine Förderung des Austauschs von Wissen und der damit zusammenhängenden Prozesse ist unabdingbar um aus diesen Quellen zu schöpfen. Doch wie kann dies verbessert und beschleunigt werden? Einfach gesagt: Durch eine intelligente Verbindung und Aufbereitung des vorhandenen Wissens. Mitarbeiter müssen unter Einsatz geeigneter Mittel und ohne aufwändige Recherchen an vorhandenes Wissen gelangen. Doch wie muss ein solches Mittel aussehen? Und wie müssen die Ziele bei dem Einsatz von KM-Systemen definiert werden? Ein konstruiertes Beispiel zeigt wie einfach es sein kann Wissen zu nutzen: Der Mitarbeiter eines Unternehmens wird mit einer anspruchsvollen und kostenintensiven Aufgabe vertraut. Beim Mittagessen erfährt der Mitarbeiter ganz zufällig, dass ein Kollege vor geraumer Zeit bereits ein ähnliches Problem gelöst hat und die Lösung dafür bereits in der Schublade liegen hat. Dieser Zufall kann einem Unternehmen enorme Kosten einsparen und Reaktionszeiten verkürzen. Zugleich zeigt es wie wenig greifbar und kostbar die Ressource Wissen ist.

Die lernende Organisation als Ziel des Wissensmanagements.

Die Konzepte und Verfahren zur Optimierung von Wissensprozessen führen hin zu einer lernenden Organisation. Je besser es ein Unternehmen versteht, mit seinen Wissensressourcen umzugehen, umso leichter kann es auf Marktveränderungen reagieren und den Wandel im Unternehmen und Förderung der Innovationsfähigkeit beschleunigen.



Wissensmanagement als Voraussetzung für Innovation

Mit dem Ziel neues Wissen zu generieren, vorhandenes Wissen zu explizieren und auszutauschen und Wissen letztlich auch nutzbar zu machen, ist Wissensmanagement geradezu als Voraussetzung für Innovationen in Unternehmen anzusehen.

Wie führt man ein KM-Projekt zum Erfolg?

Hier sind besonders drei Faktoren von Bedeutung: Psychologie (die Motivation der Menschen und Mitarbeiter), Organisation (Einbindung der Mitarbeiter) und Technik. Ohne das grundsätzliche Verständnis der Mitarbeiter ist es nur schwer möglich ein KM-Projekt erfolgreich durchzuführen. Hier ist speziell die Motivationsfähigkeit der Führungskräfte gefragt. Leader und Wissensinhaber müssen identifiziert werden. Die Erstellung eines Plans mit Definition der Ziele ist notwendig um ein KM-Projekt nutzbringend zu gestalten. Der Zugriff und die Veröffentlichung von Wissen muss für alle Beteiligten ermöglicht werden.

Der Mittelstand besitzt im Besonderen die Voraussetzungen für Wissensmanagement und hat gleichzeitig auch ein hohes Potenzial und Interesse an einer wissens- und innovationsorientierten Unternehmensführung. Aber sie brauchen auch effiziente Hilfestellungen, wenn es darum geht, Wissensmanagement umzusetzen.

Der Wandel im Unternehmen als Garant für den Erfolg.

Unternehmen welche Knowledge-Management erfolgreich in die Praxis umsetzen möchten und eine schnelle Verbesserung der Marktposition herbeiführen möchten, müssen den Wandel in der Unternehmenskultur herbeiführen. Das gekapselte Wissen in einem Unternehmen muss erkannt und für alle nutzbar gemacht werden. Das Teilen von Wissen muss im Vordergrund stehen. Mitarbeiter welche ihr Wissen weitergeben müssen belohnt werden. Wer nicht früh genug damit anfängt, wird dem Markt hinterherlaufen.