



enowa[®]



Arbeitsproben

enowa AG

Redaktion/Text



Wissensmanagement – Im Land der unbegrenzten Möglichkeiten

Alte analoge versus neue digitale Welt, real versus virtuell? – Dass sich Gegensätze anziehen, stellen wir von enowa in einem unserer Spezialgebiete – dem Wissensmanagement – schon seit längerem fest. Unsere Consultants Alexandra Füllner und Stefan Baltzer geben in folgendem Artikel einen Einblick in aktuelle Trends und Tools, mit denen Unternehmen ihre Mitarbeiter für die Arbeitswelt des 21. Jahrhunderts fit machen.

Wissensmanagement ist beileibe keine Errungenschaft des 21. Jahrhunderts, doch mit dem Zeitalter der Digitalisierung erhält der Begriff eine gänzlich neue Dimension. Zunächst einmal: Was genau verstehen wir überhaupt unter Wissensmanagement?

Zum einen bedeutet der Begriff die klassische Dokumentation von Wissen, also dessen Archivierung zur Weitergabe an Dritte: Empirische Studien haben ergeben, dass für die Suche nach dem im Unternehmen vorhandenen, aber gut versteckten Wissen etwa 20 Prozent der Arbeitszeit benötigt wird. Der Prozentsatz wird umso größer, je seltener ein Mitarbeiter bestimmte Prozesse ausführt. „Das wüsste der Herr Forster, aber der ist seit einem Jahr nicht mehr im Unternehmen.“, „Dazu gab es mal eine Dokumentation, aber wo die abgelegt ist, weiß ich jetzt auch nicht.“, „Weißt du zufällig, wie das geht?“ – so oder so ähnlich hat das wohl jeder von uns schon einmal gehört.

Wissen ist ein kaum zu überschätzender Faktor für funktionierende Unternehmen – und Wissen muss und sollte nicht von jedem Einzelnen gehortet werden, sondern kann zentral gesammelt und dann weitergegeben werden. Wissen kann sich vermehren und ist quasi unerschöpflich, genauso gut kann es allerdings auch verloren gehen – und das möglicherweise für immer.

Als zweite wichtige Aufgabe des Wissensmanagements verstehen wir das Weiterbilden und Schulen von Mitarbeitern und Führungskräften. Beides wird bereits seit Jahrzehnten – mal mehr, mal weniger erfolgreich – von Unternehmen jeder Größe praktiziert.

Im Dickicht des digitalen Dschungels

Gleichwohl betreten viele Unternehmen komplettes Neuland, wenn sie sich mit Wissensmanagement vor dem Hintergrund der digitalen Veränderungen beschäftigen. Je nach Sichtweise erschließt sich ihnen ein Land der unbegrenzten Möglichkeiten – oder auch ein Dschungel, in den es Wege zu schlagen gilt. Zwei wesentliche Aspekte sind dabei aber in jedem Fall sicher: Die Digitalisierung zwingt Unternehmen mehr denn je, das Wissen ihrer Mitarbeiter kontinuierlich zu erweitern. Denn in einer Arbeitswelt, die einem permanenten Wandel ausgesetzt ist, müssen ständig neue Fähigkeiten erlernt werden. Nur durch entsprechende Angebote der Weiterbildung versetzen Unternehmen ihre Belegschaft in die Lage, die umfassenden technischen und digitalen Kompetenzen zu erwerben, die die rasende Entwicklung neuer Technologien von ihnen abverlangt. Gleichzeitig bietet die neue Technologie einen enormen Schatz an Möglichkeiten, diese Angebote attraktiv zu gestalten und so die Mitarbeiter für Trainings zu begeistern.

Doch was sind nun die aktuellen Trends im Bereich der Weiterbildung und in welche Richtung weisen neue Modelle? E-Learning hat sich aufgrund zahlreicher positiver Eigenschaften in vielen Unternehmen durchgesetzt. Die Vorteile sind allgemein bekannt: E-Learning ist weit kostengünstiger als Präsenzs Schulungen, es kann flexibel eingesetzt werden und vermittelt dennoch einen vorgegebenen gemeinsamen Lernstoff. Das eigenständige Lernen kommt zudem vielen Mitarbeitern entgegen, sie können sich individuell und frei entscheiden, wann sie die Inhalte lernen möchten und gehen damit unvoreingenommen und motiviert an die Aufgabenstellungen heran. Die Nachteile dieser Art von Trainings lassen sich nicht von der Hand weisen: Es gibt keine Kommunikation auf Augenhöhe mit anderen, keinen Austausch untereinander, keine Community, die sich gegenseitig inspiriert und im besten Fall gänzlich Neues entwickeln kann. Für viele Menschen kann E-Learning schnell zu einer einsamen Angelegenheit werden.

Reales Treffen im virtuellen Klassenzimmer

Abhilfe schaffen neue, äußerst erfolgreiche und effektive Tools, die wenig Vorkenntnisse voraussetzen und leicht bedienbar sind. Dahinter steht der Gedanke (und die Erfahrung), dass nur diejenigen Tools und Trainings akzeptiert und sinnvoll genutzt werden, die den Usern intuitives Handeln erlauben. Und wo lernen die Menschen intuitives Handeln? Klar, in der real existierenden Welt. Und aufgrund dieser Erkenntnis orientieren sich die – selbst auf den neuesten technologischen Standards basierenden – Tools immer stärke

ker an der Realität. Als bestes Beispiel für diese Art von Tools dienen wohl die immer beliebter werdenden sogenannten Virtual Classrooms: Sie imitieren einen realen Konferenzraum mit allem Drum und Dran. In der Mitte befindet sich ein Tisch, um den sich die Teilnehmer herumgruppieren und der unterschiedlich umfunktionierte werden kann: Mal dient er als Präsentationsfläche, mal als Flipchart oder als Leinwand für die Darstellung visueller Inhalte. Genau wie im realen Lernraum können sich die Teilnehmer aktiv in den Unterricht einbringen, über ein Mikrofon, das überreicht wird, Fragen stellen oder zur Diskussion anregen. Die Classrooms ermöglichen Teamwork – beispielsweise durch Arbeitsgruppen –, bilden ein soziales Gefüge und schaffen ein Gemeinschaftsgefühl unter den Lernenden.

Spannend daran ist, wie die Vorteile der realen Welt in die virtuelle Welt übertragen und dort eingesetzt werden, wie erlernte Verhaltensweisen und Methoden der realen Welt in die virtuelle Welt integriert werden. Denn plötzlich gibt es keinen Gegensatz mehr zwischen virtuell und real, digital und analog, die Kluft zwischen den beiden Welten wird kleiner, und beide besitzen ihre Berechtigung: Sie schließen sich nicht mehr aus, der lange im Vordergrund stehende Wettstreit darum, ob die virtuelle Welt mit ihren unzähligen Angeboten nun besser sei als die greifbare reale, ist passé. Vielmehr ergänzen sich beide Welten und erzielen dadurch gerade für das Wissensmanagement einen echten Mehrwert. Die immer komplexere und ausgefeiltere Technologie erleichtert den Usern das Bewegen in der neuen Umgebung, der User hat nicht – wie ansonsten so oft in der virtuellen Welt – das Gefühl, den Boden zu verlieren, sondern befindet sich auf sicherem Terrain, in angenehmer und vertrauter Atmosphäre. So wird Lernen leichtgemacht!

Vernetztes Wissen – Enterprise Social Networks

Werfen wir noch einen Blick auf ein weiteres Top-Thema des betrieblichen Lernens: das 70/20/10-Modell. Schon Mitte der 1990er Jahre entwickelt, erlebt dieses Modell inzwischen eine Renaissance. Es geht davon aus, dass 70 Prozent der beruflichen Kompetenzen informell erworben werden, also durch die Bewältigung neuer und großer Herausforderungen in der Praxis. 20 Prozent des Erlernten wird durch Zusammenarbeit mit Kollegen erworben, etwa 10 Prozent durch strukturierte Weiterbildungsmaßnahmen wie Schulungen, Seminare, Workshops, usw. Doch wie gehen Unternehmen mit diesen Erkenntnissen um? Um das informelle Lernen zu stärken und die Lerninhalte auf den Nutzerbedarf auszurichten, setzen Unternehmen ebenfalls auf die digitale Technologie: Gerade das gemeinsame Erarbeiten und Weitergeben kann durch neue Software erleichtert und befördert werden. So gibt es inzwischen in vielen Unternehmen soziale Netzwerke – genannt Enterprise Social Network oder Enterprise 2.0 – die sich an Facebook, Twitter und Co. orientieren und in denen Mitarbeiter posten, kommentieren, Gruppen bilden, kurzum: sich austauschen und dadurch ihre Erfahrungen teilen können. Auch hier werden Gewohnheiten und bereits angeeignete Verhaltensweisen – das mittlerweile selbstverständliche Umgehen mit den sozialen Medien – für das betriebliche Lernen umgemünzt und damit für den Erfolg des gesamten Unternehmens eingesetzt. Der Vorteil dieser Lösungen: Sie sind immer verfügbar. Anders als bei den Virtual Classrooms ist es möglich, sich jederzeit im Netz zu bewegen und dort rund um die Uhr Ratschlä-



ge, Hilfestellungen oder Lösungsvorschläge zu einer bestimmten Problematik zu erhalten.

Damit ein solches Enterprise Social Network erfolgreich eingesetzt und genutzt werden kann, bedarf es vor allem einer guten Implementierungsstrategie. Ein einfaches „Ich installiere die Software und dann läuft das schon“ funktioniert hier nicht. Es müssen Nutzerkonzepte geschrieben und spezielle Social Manager ausgebildet werden, die die Plattformen aktiv halten. Nur wenn eine kritische Masse an Teilnehmern vorhanden ist, die sich mit ihrem Wissen einbringt, das Netzwerk selbst nutzt und es damit fortwährend aktualisiert und verbessert, wird es zu einem hilfreichen und bald schon kaum mehr wegzudenkenden Instrument werden.

Wissensmanagement im 21. Jahrhundert ist ein weites Feld – wer sich darauf begibt, kann ein wahres Eldorado an Modellen, Methoden und Technologien entdecken. Vieles davon wächst und floriert, einiges stirbt auch wieder ab und verschwindet – aber alles bleibt in Bewegung. Das schätzen wir von enowa, denn wir lieben es, unseren Kunden eine Vielfalt an Möglichkeiten zu zeigen und sie auf den individuell geeigneten Lösungsweg zu führen.

... des Privatgutmenschen... ein Satz, den
Mark nicht schäme hätte sagen können. Was
heute unter den Schlagwörtern der Sharing
Economy und der Peer-to-Peer-Netzwerke
als Normalität akzeptiert wird, ist nichts
anderes als die logische und handfeste Folge
einer Transformation vor dem Hintergrund des
großen Marktplatzes Internet.

3. NEW ECONOMY

Als Risikofaktor erschien, war das World
Wide Web gerade eben erwachsen gewor-
den - und wurde zum Inbegriff einer neuen
Gründerzeit, in der grenzenlose E-Com-
merce-Mögllichkeiten wurden. Dass man
die Wirtschaft aus in eine alte und eine
neue, eine Old und eine New Economy
unterschied, hatte wenig mit Außenblät-
tern wie anderen Klantenn, Unternehmens-
strukturen, Umgestaltungsformen und ein wenig
Technik-Blumensprache zu tun und war auch
nicht dem Umstand geschuldet, dass die
einen selbst eine E-Mail schreiben konnten
und die anderen dafür ihre Sekretariate
brauchten. Die New Economy war vielmehr
der Prototyp der Zugiftökonomie.

Sie sorgte für eine professionelle Struk-
tur, damit die Möglichkeiten des Austausch-
es im Internet so gut wie möglich genutzt wer-
den konnten. Zu diesem Zeitpunkt erst sagt
Jahr 2000 erlähnte man deutlich erst sagt,
welche Energien das Web tatsächlich freiset-
zen würde. In der Welt der Software sagt
man schon seit Mitte der Achtzigerjahre mit

lichen Einfluss auf die Basiskultur im spä-
teren World Wide Web. Als Risiko „Access“
verpflichtete, war eben erst die Musik-
Tauschbörse Napster online gegangen, die
das Geschäftsmodell der Musikbranche für
immer verändern sollte. Das war
immer wenigstens ziemlich irrite-
rend und den meisten unheimlich
genug. Nicht wenige waren des-
halls ausgehen beruhigt, als die
wagrigste Internetblase an den
Blasen platze. Die alte Ordnung
schien gestürzt, denn mit der
Baute, so die Hoffnung, würde
auch das Gespenst der New Econ-
omy verschwinden.

Doch diese Selbsttäuschung funk-
tionierte nicht lange. Gescheitert war bloß ein
Ultratrend, der Prototyp eben, der nicht
rührte deshalb an die Wand gefahren wor-
den war, weil sich die Zugiftunternehmer
zu viele „gute Ratschläge“ aus den Reihen
der Old Economy geholt hatten. Eine Lehre
aus diesen Niederlagen bestand darin, dass
die nächste Generation an Web-Unterneh-
mern nicht mehr versuchte, die frei verfü-
baren Inhalte im Web zu ihrem Eigentum zu
machen und hinter proprietären Mauern zu
schützen, sondern Zugänge zu den Inhalten
zu schaffen, die die Nutzer selbst berei-
stellten - einschließlich ihrer eigenen, per-
sönlichen Aktivitäten. Das ist die Grundidee
von Google, das ist die Grundidee der sozia-
len Netzwerke, deren Aufstieg kurz nach
dem Niedergang der ersten New-Economy-
Generation begann. Heute, noch nicht ein-
mal neun Jahre nach seiner Gründung, ver-
fügt allein Facebook über gut eine Milliarde
Mitglieder - weit mehr, als die kommuni-
stischen Parteien aller Länder gemeinsam und
zu ihren besten Zeiten anbieten konnten.

Das Industriezeitalter und die Konsum-
gesellschaft haben die Leute wohlhabend
gemacht und eine Komplexität geschaffen,
auf die mehr Menschen als je zuvor zugrei-
fen können. Das hat eine Vielfalt und eine
Vielfalt erzeugt, die erst die Voraussetzung

 Die Ökonomie
des Tauschens und
Teilens ist der
Kapitalismus des
Zugifts.

Brandenburg
B
2015
BESTE
BERATER

Arrogante Schwätzer...

suchen wir nicht, sondern Teamplayer, die engagiert mit Herz und Verstand unsere Kunden unterstützen.

www.enowa.ag

enowa.



UNSERE REDAKTIONELLEN LEISTUNGEN UMFASSEN:

- » Redaktion und Lektorat von Fachartikeln
- » Interviews, Success Stories (Schwerpunktthemen: IT, Technologie, Versicherungswirtschaft, Prozess- und Fertigungsindustrie, Kultur)
- » Zielgruppenspezifische Aufbereitung und Distribution von Inhalten für Ihre Online-Kommunikation via Websites, Social Media, Blogs oder Newsletter
- » Erstellen von PR- und Werbetexten für Ihre Kampagnen



SO ERREICHEN SIE UNS

enowa AG

Mittelweg 25a
20148 Hamburg
Tel.: +49 (0) 40 / 28 09 67 01

enowa AG

Parkstrasse 10
40699 Erkrath
Tel.: +49 (0) 211 / 544 59 10

enowa AG

Nordendstraße 64
80801 München
Tel.: +49 (0)89 / 21 89 74 01

enowa AG

Ostring 2-4
97228 Rottendorf
Tel.: +49 (0)9302 / 98 797 1000

Eva Dutz

PR und Unternehmenskommunikation
Mail: eva.dutz@enowa.ag

München, 01. Juli 2017

A blue-tinted photograph of a mountain range reflected in water. The text "definitely different" is overlaid on the image. The word "definitely" is in white, and "different" is in white with the letter "e" in orange.

definitely
different