



Mag. Manfred Bornemann

Was ist Wissensmanagement?

Auf diese Frage wird auf den kommenden Seiten tiefer eingegangen werden. Ähnlich wie bei den anderen Disziplinen ist der Umgang mit Wissen an sich nichts Besonderes, es geschieht meistens intuitiv und durchaus effizient, wie die Geschichte beweist.

Das Problem des Wissensmanagements (WM) beginnt im Unternehmen im allgemeinen, wenn die kritische Größe des Teams oder des kleinen Unternehmens überschritten wird, wenn die stillschweigenden Übereinkünfte aus dem persönlichen Miteinander (tacit knowledge) nicht mehr selbstverständlich von allen geteilt, sondern durch strukturierte Prozesse und Dokumentationsinstrumente festgehalten werden müssen (explicit knowledge), um einen geordneten Ablauf zu ermöglichen.

Viele der Probleme des WM entstehen nicht erst mit der Größe der zu verwaltenden Informations- und Datenbestände die durch Informationstechnologie i. w. S. ganz gut beherrschbar wird, sondern durch die veränderte Umwelt

und die Natur von Wissen. In fast allen Produkten sinken die Anteile der klassischen Produktivfaktoren, nur das hinter dem Produkt stehende Wissen steigt sowohl qualitativ als auch quantitativ und erhöht den Wert, sowie damit einhergehend den Ertrag des Unternehmens. Der Grund ist das unter „Informationsparadoxon“ gefaßte Phänomen, das Wissen und Informationen durch Verwendung nicht weniger, sondern mehr werden läßt; wirtschaftlich ausgedrückt: die Grenzkosten sind null. Daraus ergibt sich relativ unspektakulär: je mehr Wissen im Produkt, desto höher der Ertrag. Diese Erkenntnis ist für Unternehmer ein Grund, aktiv in die Wissensbasis des Unternehmens zu investieren und den Einsatz von Wissen so effizient wie möglich zu organisieren.

WM hat Auswirkungen auf alle Bereiche des Unternehmens: erstens auf das Personalmanagement, denn es sind die Mitarbeiter, die den größten Teil des Wissens des Unternehmens „in ihren Köpfen haben“ und nach Dienstschaft auch mit nach Haus nehmen; zweitens auf die

Unternehmensstruktur, denn die Verarbeitung von Wissen erfordert teilweise andere Prozesse als die Verarbeitung von Material; drittens – und vermutlich am schnellsten spürbar – auf die Kundenbeziehung. Wenn nicht mehr simple Produkte sondern „intelligente“ Produkte verkauft werden, muß zuerst der Kunde davon informiert und dann ausgebildet werden, um den höheren Preis zu zahlen.

Wir stehen am erst Anfang der Wissensgesellschaft und müssen uns rechtzeitig anpassen, denn sonst... fressen die Klugen die Dummen.

Mag. Manfred Bornemann