

## „Wissensmanagement muss dem Menschen folgen“

### Wissensmanagement im Mittelstand Thema des 4. kalaydo-Unternehmerabends

Köln, 29.08.2007 – Wissensmanagement muss sich in erster Linie nach den Mitarbeitern im Unternehmen richten, dann erst nach organisatorischen und technischen Faktoren. Darin waren sich die Referenten des 4. Unternehmerabends von kalaydo.de unter dem Titel „Von Informationen zu Wissen und Wettbewerbsvorsprung“ im Rahmen der Reihe ZUKUNFT MITTELSTAND am 28.08.2007 im Düsseldorfer Filmmuseum einig. Auf Einladung des regionalen Findernets kalaydo.de diskutierten die erschienenen 65 Geschäftsführer und Personalentscheider mittelständischer Unternehmen mit den Fachreferenten die Frage, wie Wissensmanagement konkret zum Nutzen mittelständischer Firmen ausgestaltet werden kann. Moderator Joachim Vranken, Geschäftsführer kalaydo.de: „Wissensmanagement bedeutet, Wissen teilen und vermehren – genau, was wir auf diesem Unternehmerabend tun“.

### Wissensmanagement fördert unternehmensrelevante Kommunikation

Ziel von Wissensmanagement muss es sein, „das natürliche Bedürfnis der Menschen zu fördern, sich in der Firma zu unternehmensspezifischen Themen zu äußern“, so Dr. Frank Hees, RWTH Aachen & OSTO Systemberatung, in seinem Vortrag „Wissen teilen oder Wissen verstecken? Wissensmanagement als strategischer Erfolgsfaktor“. Zu lange sei Wissensmanagement rein als technische Aufgabe betrachtet worden: Mitarbeiter sollten dazu angeleitet werden, ihr Wissen an definierten Stellen in technologischen Systemen „abzuladen“. Spätestens jedoch, wenn komplexes Erfahrungswissen „aus den Köpfen“ abgerufen und gespeichert werden soll, bedarf es besserer Strategien.



4. Unternehmerabend von kalaydo.de

v.l.n.r.: Dr. rer. nat. Frank Hees, RWTH Aachen & OSTO® Systemberatung (Referent); Joachim Vranken, kalaydo.de (Gastgeber); Martin Fischer, Fraunhofer-Gesellschaft (Referent); Stefan Macke, Alte Oldenburger Krankenversicherung (Referent)

Daher sind Informations- und Wissensmanagement Kernprozesse, von denen die Unternehmenszukunft entscheidend abhängen kann. Dabei steht das Bedürfnis, im Unternehmen Daten, Informationen und Wissen öffentlich zu machen, gegen die Erfordernis, dieses Wissen nach außen zu verbergen. Denn nur so können Wettbewerbsvorteile erhalten bleiben. Eine zentrale Strategie dafür: Den Sinn für Vertraulichkeit in Geschäftsprozessen bei den Mitarbeitern zu erhöhen. Dies könne durch Beteiligen und Befähigen der Mitarbeiter im Wertschöpfungsprozess geschehen.

### Wikis brauchen Struktur und Kultur

Wikis sind online verfügbare Seitensammlungen, die von jedem Benutzer gelesen und geändert werden können. Sie zeichnen sich vor allem durch die Schnelligkeit und Leichtigkeit der Informationsaufbereitung

und -aktualisierung aus. Das deutet schon der Name an: wikiwiki stammt aus dem Hawaiianischen und bedeutet „sehr schnell“. Daher sind Wikis nach Meinung von Stefan Macke, Verantwortlicher Intranet & Wiki bei der Alten Oldenburger Krankenversicherung, das geeignete Mittel, um dynamisches Wissen im Unternehmen aufzufangen und zu organisieren. Er erläuterte in seinem Vortrag „Wissensmanagement 2.0, Wikis & Co. im Unternehmensalltag“, wie mittelständische Unternehmen diese Plattformen für sich nutzen können. Empfehlenswert sei der Einsatz zunächst in überschaubaren Abteilungen, wo schnell viele Informationen anfallen: So z.B. bei Software-Entwicklungen, technischem Support für EDV-Probleme in der Firma oder auch Dokumentationen von Projekten. Entscheidend für die rege und sachgemäße Nutzung von Firmenwikis seien die Anlage einer schlüssigen Struktur, die die Informationsbedürfnisse der Nutzer widerspiegelt, sowie eine positive Firmenkultur, die das Experiment „viele machen mit“ zulässt.

### **Erfahrungswissen mit vielen Instrumenten abschöpfen**

Auf die besondere Bedeutung einer „angstfreien Firmenkultur, in der Mitarbeiter auch Lust haben, ihr Wissen einzubringen“, wies auch Wissensmanager Martin Fischer von der Fraunhofer-Gesellschaft hin. In seinem Vortrag „Best Practices: Konkrete Maßnahmen zur Erfahrungssicherung“ beschrieb Fischer eine Erfahrung, die viele mittelständische Unternehmer machen: Verlassen entscheidende Mitarbeiter die Firma, wandert häufig nicht nur deren Wissen mit ab, sondern auch die über Jahre von ihnen aufgebauten wertvollen Netzwerke und Beziehungen. Fischer stellte verschiedene Instrumente zur Sicherung von Erfahrungswissen vor: Mit Experteninterviews und Transfergesprächen, Wissenslandkarten und der Bildung von Projektleitungs-Tandems kann das Erfahrungswissen ausscheidender MitarbeiterInnen aufgefangen und an neue Kollegen übertragen werden. Wie effektiv dieser Prozess ist, hängt wiederum von zwei Faktoren ab: Von der professionellen Organisation der Wissensübermittlung – und von der langfristig positiven Kultur im Unternehmen, dem der ausscheidende Mitarbeiter sich noch innerlich verpflichtet fühlt und in Form seines Wissens etwas zurückgeben will.

### **Die kompletten Impulsvorträge der Referenten sowie Fotomaterial zum Unternehmerabend stehen im Pressecenter unter**

**<http://www.text-ur.de/presse-center/download.htm> zum Download zur Verfügung.**

### **Über kalaydo.de**

kalaydo.de ist das gemeinsame Anzeigen-Onlineportal der regionalen Tageszeitungen im Rheinland. Partner von kalaydo.de sind die Mediengruppe Rheinische Post mit Neuss-Grevenbroicher Zeitung, die WZ plus mit Westdeutscher Zeitung, Solinger Tageblatt und Remscheider General-Anzeiger, die Zeitungsgruppe Köln mit Kölner Stadt-Anzeiger/ Kölnische Rundschau und Express, der Zeitungsverlag Aachen mit Aachener Zeitung und Aachener Nachrichten sowie der General-Anzeiger Bonn. kalaydo.de umfasst die Märkte Auto, Immobilien, Stellen sowie einen kostenlosen Marktplatz. Der eco – der Verband der deutschen Internet-Wirtschaft – verlieh kalaydo.de den 1. Platz des eco Awards 2006 in der Kategorie „bestes deutschsprachiges Webportal“. Der Stellenmarkt von kalaydo.de steht auf Platz 2 im aktuellen Profilo-Jobbörsen-Ranking von April 2007.

#### **Mehr Informationen:**

Kalaydo GmbH & Co. KG  
Joachim Vranken, R. Matthias Olten  
Stolberger Str. 309, 50933 Köln,  
Tel. 0221 888 23-111, 0221 888 23-118  
E-Mail: [joachim.vranken@kalaydo.de](mailto:joachim.vranken@kalaydo.de); [matthias.oltten@kalaydo.de](mailto:matthias.oltten@kalaydo.de)  
Internet: [www.kalaydo.de](http://www.kalaydo.de), [www.kalaydo.de/stellen](http://www.kalaydo.de/stellen)

#### **Ansprechpartner für die Presse:**

text-ur text- und relations agentur Dr. Gierke  
Schanzenstraße 23, 51063 Köln  
Tel: 0221 - 95 64 90 570  
E-Mail: [redaktion@text-ur.de](mailto:redaktion@text-ur.de)  
[www.text-ur.de](http://www.text-ur.de)