

„Wir sollten wissen, dass wir nicht

Experte: In einer Zeit der Überinformation sollten Individuen und Unternehmen ihr Wissen

Von unserem Redaktionsmitglied
MICHAEL DEPPISCH

WÜRZBURG Es ist, natürlich, ein alter Grieche, mit dem Simon Dückert seinen Vortrag einleitet. Das geflügelte Zitat des Philosophen Sokrates laute nicht „Ich weiß, dass ich nichts weiß“ sondern: „Ich weiß, dass ich nicht weiß“. Das von einem schlampigen Übersetzer hinzugefügte „s“ mache einen großen Unterschied. Wissen, so der Experte, sei stets relativ zu sehen – es sei abhängig von den Umständen. „Wir sollten wissen, dass wir nicht wissen.“

Willkommen in der weiten Welt des Wissens. Einer Welt, in der jeder heute praktisch Zugriff auf das gesamte Menschheitswissen hat. Die Gefahr in dieser Informationsschwemme den Überblick zu verlieren sei groß. Wenn aber ein Individuum schon Probleme habe, sein Wissen zu strukturieren, wie soll dann ein Unternehmen, eine Gesellschaft damit umgehen? Die Lösung, heiße Wissensmanagement, so Dückert. Er referierte in dieser Woche bei der Ausstellungseröffnung zu „120 Jahre Vogel Business Media“ in der Würzburger Stadtbücherei.

Was aber genau ist Wissen überhaupt? Es gebe grundsätzlich drei Arten, erklärte Dückert:

- das persönliche Erfahrungswissen,
- das reine Faktenwissen und
- das prozedurale Wissen, also Fertigkeiten, die man nicht einfach lernen oder weitergeben könne.

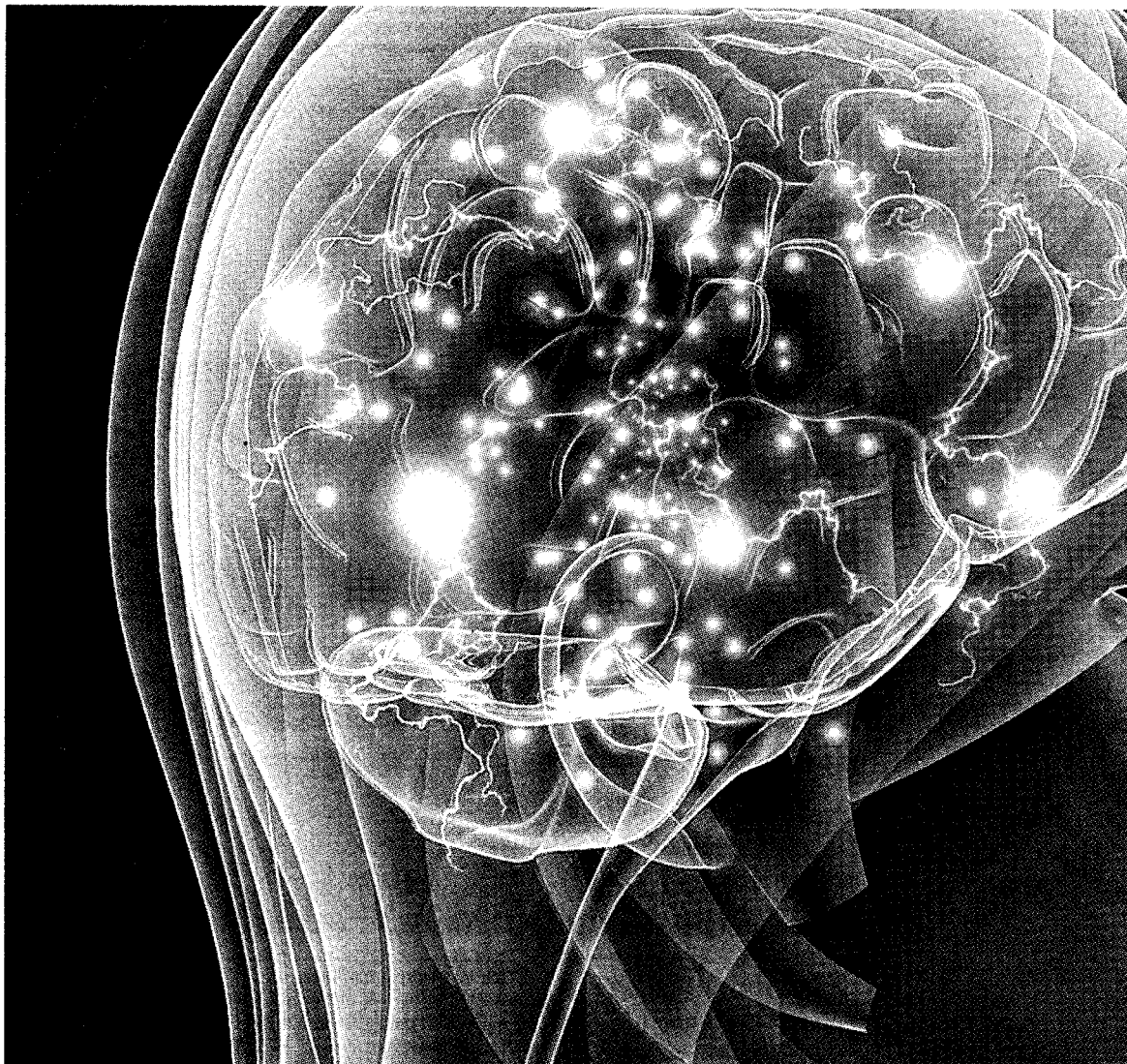
Der persönliche Dialog ist wichtig

Wie aber nun mit diesen verschiedenen Wissensarten umgehen? Die Dokumentation von Wissen und die Kommunikation darüber, die habe es schon immer gegeben, sagte Dückert. Beim Wissenstransfer aber von einer Person oder Generation auf die andere habe der Spar- und Produktivitätsdruck der vergangenen Jahren zu einer gefährlichen Entwicklung geführt – man rede in den Unternehmen nicht mehr genug miteinander.

Es gebe zwei grundsätzliche Wege zum Wissenstransfer:

- der persönliche Dialog und das Beobachten auf der einen Seite und
- das technokratische Dokumentieren einschließlich des Suchen-, Finden- und Verstehen-Müssens auf der anderen Seite.

Betrachte man sich den Aufwand und die Fehlerquote, liege der per-



Den Kopf voll: In Zeiten der Überinformation gilt es, Wissen strukturiert zu managen – und so kreative Freiräume zu

sönliche Wissenstransfer klar vorne. „Wir sollten wieder eine Kultur des Austausches pflegen“, so Dückert. Jedes Unternehmen müsse zwischen beiden Methoden seinen individuellen Weg finden, „die Wahrheit liegt meist irgendwo in der Mitte“.

Der Wandel von einer Industrie zu einer Wissensgesellschaft bedinge aber auch einen neuen Führungsstil. „Wissensarbeiter muss man anders führen“, forderte Dückert. Er zitierte eine Studie, nach der Mitarbeiter in der Freizeit am kreativsten seien, „überlegen Sie doch mal, wann Ihnen die besten Ideen kommen“. Daher müsse man Mitarbeitern Methoden an die Hand geben, um ihr Wissensmanagement zu optimieren.

Den Umgang mit Wissen stellte Dückert vor den Hintergrund der globalen Megatrends Globalisierung, Vernetzung, Mobilität, demografischer Wandel. So habe sich der Siemens-Konzern gerade auch eben diese Megatrends neu ausgerichtet. Doch gerade auch mittelständische Unternehmen können ihr Wissen zu einem Wettbewerbsvorteil machen.

Das Wissen im Firmen-Wiki

Wie etwa das Erlanger Softwareunternehmen Elektrobot, das seit 2004 ein eigenes Firmen-Wiki aufgebaut habe. In dem mit der gleichen Software wie die Lexikon-Plattform Wikipedia aufgebaute Verzeichnis sei das gesamte Unternehmenswis-

sen abrufbar. Auch die Schaeffler-Gruppe in Herzogenaurach setze auf Firmen-Wikis in Deutsch – und in Englisch. Hinzu kämen aber noch Schulungen, in denen ältere Mitarbeiter ihr Erfahrungswissen an Jüngere weitergeben würden.

Und noch einmal ein alter Grieche. „Wissen ist gerechtfertigte, wahre Meinung“, zitierte Simon Dückert den Philosophen Platon. Anregungen, sich mit dem eigenen Umgang mit seinem Wissen zu beschäftigen, nahm jeder Teilnehmer mit.

„Unser Geschäft ist die Vermittlung von Fachwissen für die Profis in den Unternehmen“, beschloss Vogel-Kommunikationschef Gunther Schunk einen anregenden Abend.