

Fachtagung: ÜBS als Kompetenzzentren. Perspektiven durch Wandel
– Mai 2004 –

Wissenspromotion – Akteure und Funktionen im Wissensmanagement

„Teilergebnisse des Inno-how – Projektes“

Prof. Dr. Sibylle Peters

Institut für Berufs- und Betriebspädagogik
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
Zschokkestr. 32
39104 Magdeburg

Tel.: +49 (0) 3 91 / 67 16623

Fax: +49 (0) 3 91 / 67 16550

E-Mail sibylle.peters@gse-w.uni-magdeburg.de

www.uni-magdeburg.de/ibbp und www.inno-how.de

Inno-how – Forscherkonsortium



- Inno-how ist ein Verbund-Forschungsprojekt;
Laufzeit: 1. August 2001 bis 30. Juni 2004
- Inno-how wird mit Mitteln des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung (BMBF) innerhalb des
Rahmenkonzeptes "Forschung für die Produktion
von morgen" gefördert und vom Projektträger
Produktion und Fertigungstechnologien (PFT),
Forschungszentrum Karlsruhe betreut.
- weitere Informationen zum Projekt:
www.inno-how.de

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Wissen ist die wichtigste Ressource ...

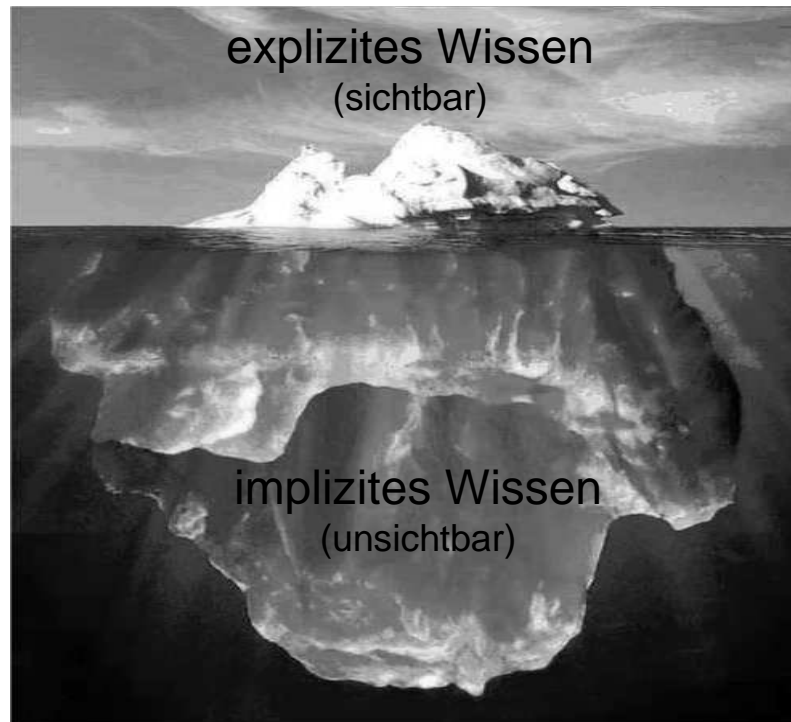


... und ist nicht mehr nur begrenzt am Arbeitsplatz aufzufinden, sondern in der gesamten Organisation und bei allen Mitarbeitern!

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Wissen ist die wichtigste Ressource ...



... einen besonderen Aspekt stellt das Wissen der Fachkräfte dar, denen im Kontext von Wissensmanagement besondere Aufmerksamkeit zuteil wird!

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Wissen ist die wichtigste Ressource!

Wissensmanagement differenziert in:



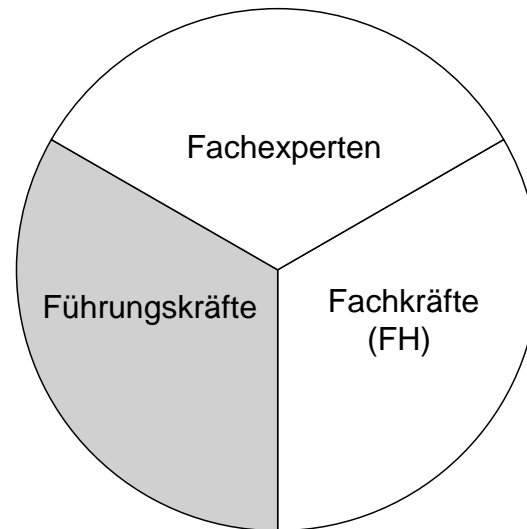
Der Gesamtfokus bezieht sich auf Wissensmanagement und in dieses sind Wissenspromotion und Wissenspromotoren eingebunden!

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

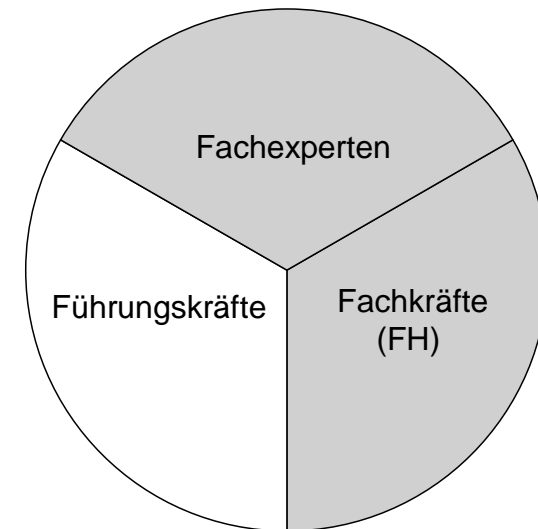
Perspektiven von Wissensmanagement

vergangener Fokus:



Wissensmanagement
als Führungsaufgabe

neuer Fokus:



Wissenspromotion als
Aufgabe von Fachkräften
und Fachexperten

Gliederung:

1. Ausgangssituation

2. Wissenspromotion durch Fachkräfte

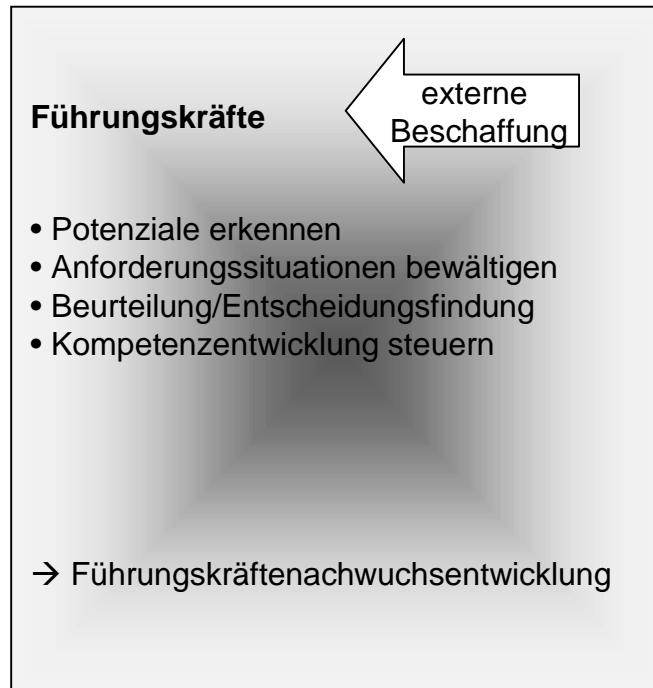
3. Projekt Inno-how

4. Fachkräfte als Wissenspromotoren

5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren

6. Fazit und weiterführende Fragen

Differenz: Fachkräfte als Wissenspromotoren

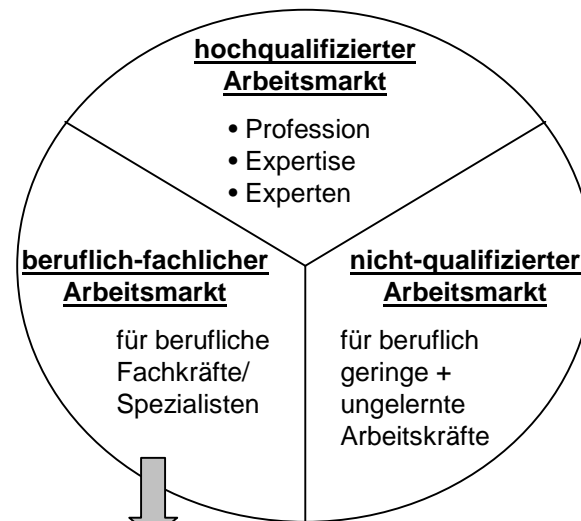


Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

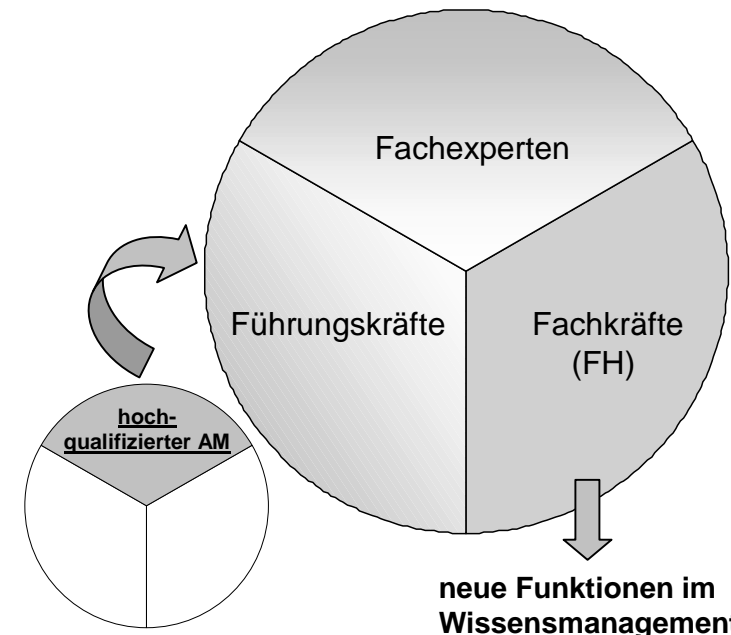
Wissensmanagement nimmt Dienstleistungs- und Wissensaspekte auf

Die Industriegesellschaft ist abgebildet in den folgenden innerbetrieblichen Arbeitsmarktsegmenten:



ehemals das Herzstück des dt. Arbeitsmarktes

Die Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft fokussiert auf das Segment des hochqualifizierten Arbeitsmarktes:



Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Ausgangssituation für Wissenspromotion: Warum kommt es zu Wissensverlust?

In Arbeitsprozessen und insbesondere in der projektbasierten Produktentwicklung kommt es zu Wissensverlust, weil:

- Know-how und Know-how-Träger nur teilweise oder zufällig transparent, bekannt und vernetzt sind.
- Wissen zu stark an einzelne Personen oder temporäre Experten gebunden ist.
- es durch zu hohe Spezialisierung und positionsgebundene Zuständigkeit von Experten zu Wissensinseln kommt.
- Fachkräfte und Experten Projekte/das Unternehmen verlassen und ihr Wissen nicht dokumentiert ist.

➡ **personengebundene Ursachen**

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Schwerpunktverschiebung vom Wissensmanagement zur Wissenspromotion

Von der...

... Dokumentation und Datenbankgestaltung...

Zur...

... Gestaltung von Rahmenbedingungen der Nutzung und Weiterentwicklung von Daten und Informationen in interpersonellen

Wissensnetzwerken

Von der...

... Konzentration auf Ideen und Vorschläge und linearen Informationsflüssen

Zur...

... **Förderung von** Personen, insbesondere **Fachkräften** und ihrer Fähigkeit zur Wissensentwicklung durch gemeinsames Lernen und **Networking**...

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Das Wissen der Fachkräfte ist für die Wissenspromotion deshalb so wichtig, weil ...

- ... das Know-how von Fachkräften für das Unternehmen viel schwieriger zu ersetzen ist, als das Managementwissen, denn Managementwissen ist am Markt leichter verfügbar als Fachwissen.
- ... Karriere-Entwicklung bei jungen Menschen im Vordergrund steht: Karrieremuster beziehen sich jedoch eher auf Management-, also Führungsfunktionen.
 - Das führte dazu, dass fallweise die besten Spezialisten eines Fachgebietes zu Führungskräften in ihren Kompetenzgebieten gemacht wurden.
 - Ergebnis dieser Art der Entwicklung ist, dass man einen Top-Spezialisten verliert, hingegen eine nur mittelmäßige Führungskraft hinzu bekommt.

(Zitate aus Unternehmen)

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Projektauftrag von Inno-how: Wissenspromotion durch Fachkräfte/Fachexperten

Ziele:

- Identifikation von Fachkräften als Wissenspromotoren
- Systematische Weiterentwicklung und Förderung der Fachkräfte
- Vernetzung der Fachkräfte

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Anforderungen an die Wissenspromotion

Herausforderung:

Den Wissensaustausch organisieren und gestalten, obwohl Wissensquelle, -inhalt, -kontext und -form nicht oder nur teilweise bekannt sind – siehe Eisberg!

Das heißt:

- Wissensinhalt definieren:
Welches Wissen brauche ich für Produktentwicklung?
- Wissensquelle identifizieren:
Wer hat dieses Wissen im Betrieb?
- gemeinsames Verständnis finden
(Wissensziel/Fachwissen/ Metawissen).
- spezifische Definition eines geeigneten Transferweges.

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Projekt Inno-how

Forschungsschwerpunkt: *Hypertext-Organisation* als Gesamtkonzept

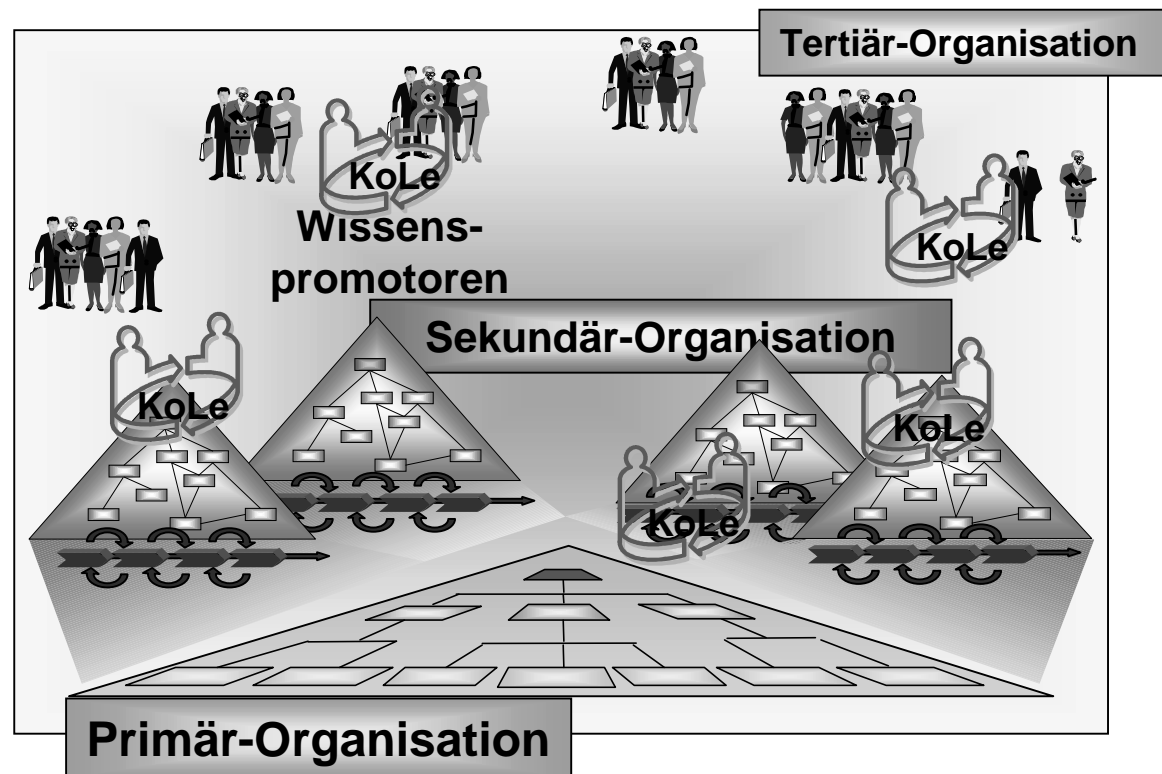
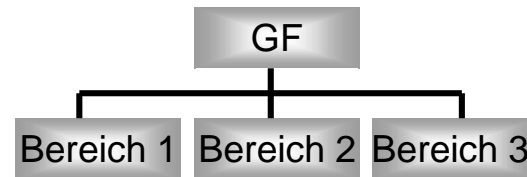


Abbildung in Anlehnung an Nonaka/Konno 1993 und Nonaka/Takeuchi 1997

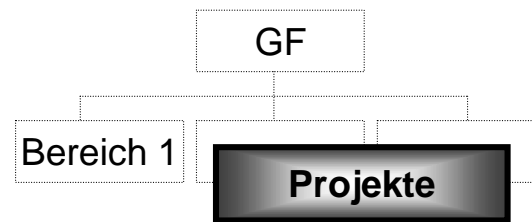
Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

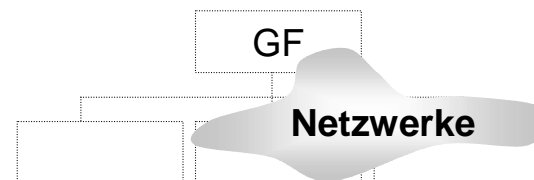
Unterscheidung Primär-Organisation – Sekundär-Organisation – Tertiär-Organisation



Die **Primärorganisation**: ist die aufbauorganisatorische, hierarchische Grundstruktur einer Unternehmung zur Abwicklung von Routineaufgaben (Organisation der Linie). Fokus: Effizienz!



Die **Sekundär-Organisation**: ist eine dynamische, zeitlich befristete Parallelorganisation zur Lösung von einmalig anfallenden Aufgaben und Problemen in einer Unternehmung. Fokus: Effektivität, Flexibilität!



Die **Tertiär-Organisation** umfasst die unternehmensweiten kompetenz- und fähigkeitsbasierten Netzwerke und Communities zur Entwicklung, Bereitstellung und Verbreitung von organisationalem Wissen. Die Tertiär-Organisation überlagert die Primär- und Sekundärorganisation.

zur Tertiärorganisation s.a. Schindler:
Wissensmanagement in der Projektentwicklung, Köln 2001, S.132

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Die drei Schwerpunkte des Inno-how – Projektes

- Gestaltung der Hypertext-Organisation
- Identifikation und Entwicklung von Wissenspromotoren als Link-Men
- Kommunizierendes Lernen als Vernetzungsinstrument

Beteiligte Industriepartner:

Drägermedical
A Dräger and Siemens Company

brose
Technik für Automobile

Wieland

BERLIKOMM
WIR SIND DAS NETZ



BOS
Berlin-Oberspree
Sondermaschinenbau GmbH

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Typische Fragen des Projektes

Projekte neigen zum Aufbau von Wissensinseln und Fachkräfte werden in Projekten technologisch und fachlich präzise eingesetzt, aber

- wer sorgt sich um das Wissen nach Projektabschlüssen?
- wie können Folgeprojekte auf den gewonnenen Erfahrungen in neuen Projekten aufbauen?
- wie verhindert man die entstehende Doppelarbeit von Projekten, ihre Wiederholungsfehler, den Verlust durch Zeitverzögerungen?
- wer kümmert sich um die Vernetzung des Wissens aus den verschiedenen Projekten?
- u.a.

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Ziel des Projektes Inno-how

mit der Hypertext-Organisation ein Nervensystem über Wissensverlinkungen aufzubauen, ...

- ... das den Wissensaufbau und die Wissensteilung nicht nur dort sicherstellt, wo Prozesse kontinuierlich laufen, sondern auch dort, wo diskontinuierliche Ereignisse stattfinden, insbesondere Projekte.
- ... so dass sich die Organisation an alte Projekte erinnert, parallel laufende Projekte voneinander profitieren und ...
- ... so dass Wissen auch für übergreifende und zukünftige Aufgaben aufgebaut wird und ein Zugang zu neuem Wissen transparent ist.

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Ziele in der Hypertext-Organisation

z.B. Wissensdifferenzierung:

Repetitives Wissen im Arbeitsprozess und aus Projekten ist Wissen, ...

- das in Arbeitsprozessen entsteht, nachgefragt wird und sich in neuen Kontexten wiederholt einsetzen lässt.
- bei dem der Wissensinhalt gleich bleibt.
- wobei Sender + Empfänger dem Typus nach gleich bleiben.
- bei dem das Format der Wissenspräsentation gleich bleibt.
- bei dem Entstehungs- und Anwendungskontext des Wissens der Art nach gleich bleiben.

Einschätzung: Dieses Wissen ist fachlich/technisch, standardisiert und nimmt ab!

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Nicht-Repetitives Wissen meint Wissensprozesse, die eintreten, ...

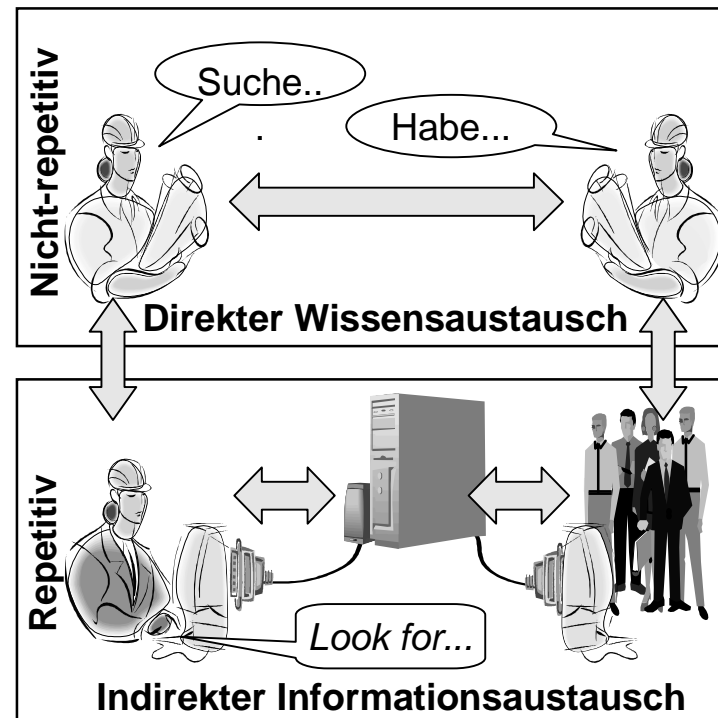
- ... wenn eine der Bedingungen des Transfers von repetitiven Wissen nicht erfüllt sind
- und wenn neue Wissensleistungen erforderlich werden.

Einschätzung: Dieses Wissen nimmt zu und wird auch als **Metawissen** bezeichnet.

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Definition der Hypertext-Organisation:



„Die Hypertext-Organisation zeichnet sich aus durch die Fähigkeit, **auch** nicht-repetitive, nicht-formalisierte, dynamische Daten-, Informations- und Wissensflüsse schnell, gut, kostengünstig und bedarfsorientiert zu decken und in den Wertschöpfungsprozess einzubinden.“

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Schlussfolgerungen

Die Anforderungen werden:

- im technologisch/fachlichen Arbeitsprozess größer.
- für die ständig neuen, sich wandelnden Projekte komplexer.
- für die Mitarbeiter als Fachkräfte größer.
- für das Hereinholen von Fachexperten aus der Netzwerk-Tertiärebene immer wichtiger.

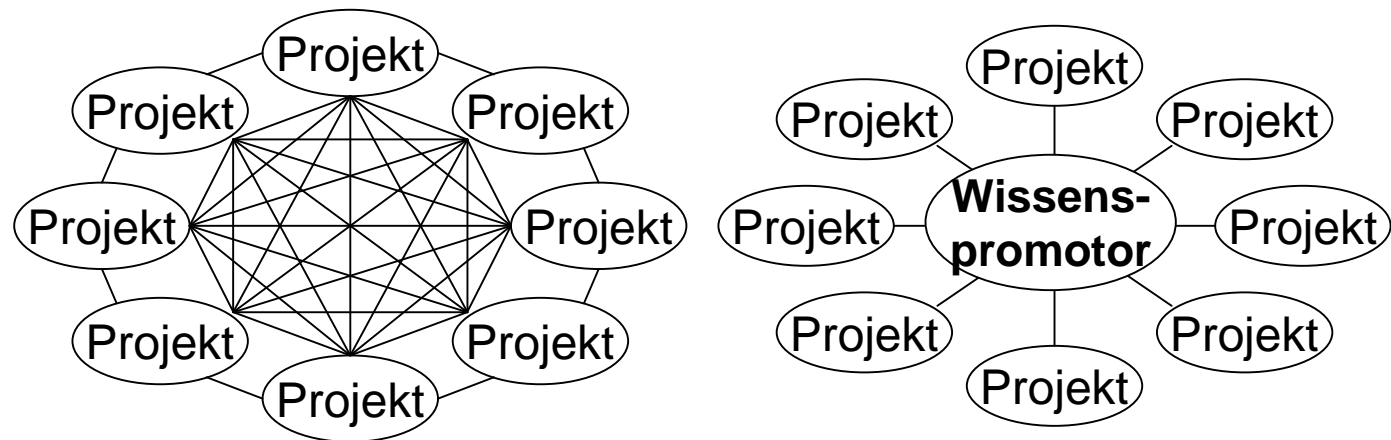
Einschätzung: Es ist erforderlich, dass Fachkräfte/Fachexperten identifiziert werden, die die bereits genannten Aufgaben übernehmen. Im Vordergrund steht dabei die personelle Vernetzung der Wissensträger und nicht die Vernetzung über Datenbanken und technische Wissensmanagement-Lösungen!

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. **Fachkräfte als Wissenspromotoren**
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Fachkräfte als Wissenspromotoren

- Erbringen interne Wissensdienstleistungen bzw. wissensintensive Dienstleistungen auf allen Organisationsebenen
- Sind die menschliche Suchmaschine und Wissensdrehzscheibe – entlang eines bestimmten Rollenprofils!
- **Komplexitätsreduktion:**

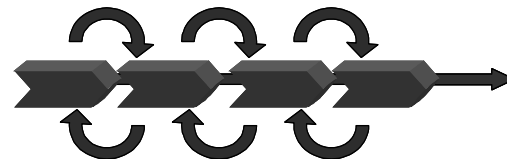


Gliederung:

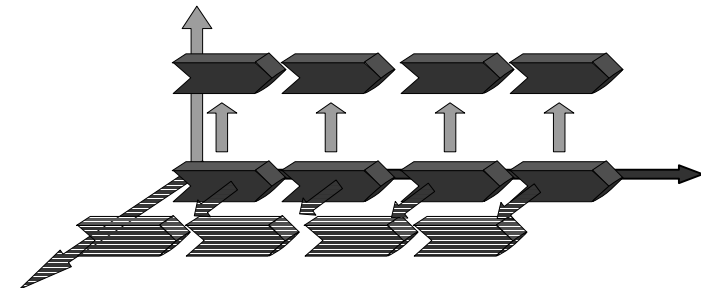
1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Vernetzungsschwerpunkte in und zwischen Projekten

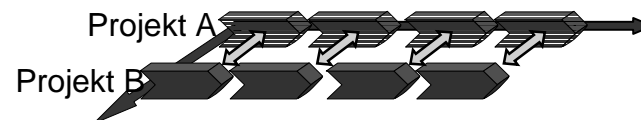
Vernetzung entlang der Projektphasen



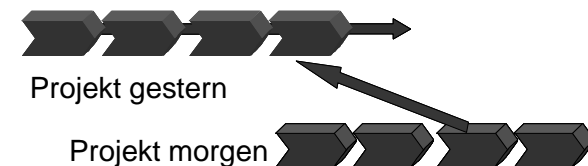
Vernetzung zwischen den Projekten verschiedener Bereiche



Vernetzung zwischen parallel laufenden Projekt(phasen)



Vernetzung zwischen vergangenen und zukünftigen Projekten



Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Beispiele für Aufgaben von Wissenspromotoren

- **Benchmarking:**
Der Wissenspromotor vergleicht den Erfolgsweg eines Projektes mit anderen Projekten und sorgt für den Transfer von best practice-Lösungen.
- **Prozessbegleitung:**
Der Wissenspromotor begleitet „verwandte“ Parallel- und Folgeprojekte, speist aktuelles Wissen ein oder organisiert projektübergreifende Meetings für den Austausch.
- **Evaluierung:**
Der Wissenspromotor initiiert und/oder realisiert Lessons Learned Workshops zur Evaluierung des Projektes und Sicherung sowie Transfer von Erfahrungswissen.
- **Katalysatorfunktion:**
Der Wissenspromotor „veredelt“ das Wissen, das in einem Projekt entsteht für die Nachnutzung.
- **Gedächtnisfunktion:**
Der Wissenspromotor bleibt als Ansprechpartner für ein Projekt auch nach Abschluss bestehen.

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Aufbau von Meta-Wissen, insbesondere Networking durch Wissenspromotoren

- Wissenspromotoren unterstützen die Vernetzung von Projekten und Experten und bauen dadurch **Metawissen** auf.

Wissenspromotor als Generalist

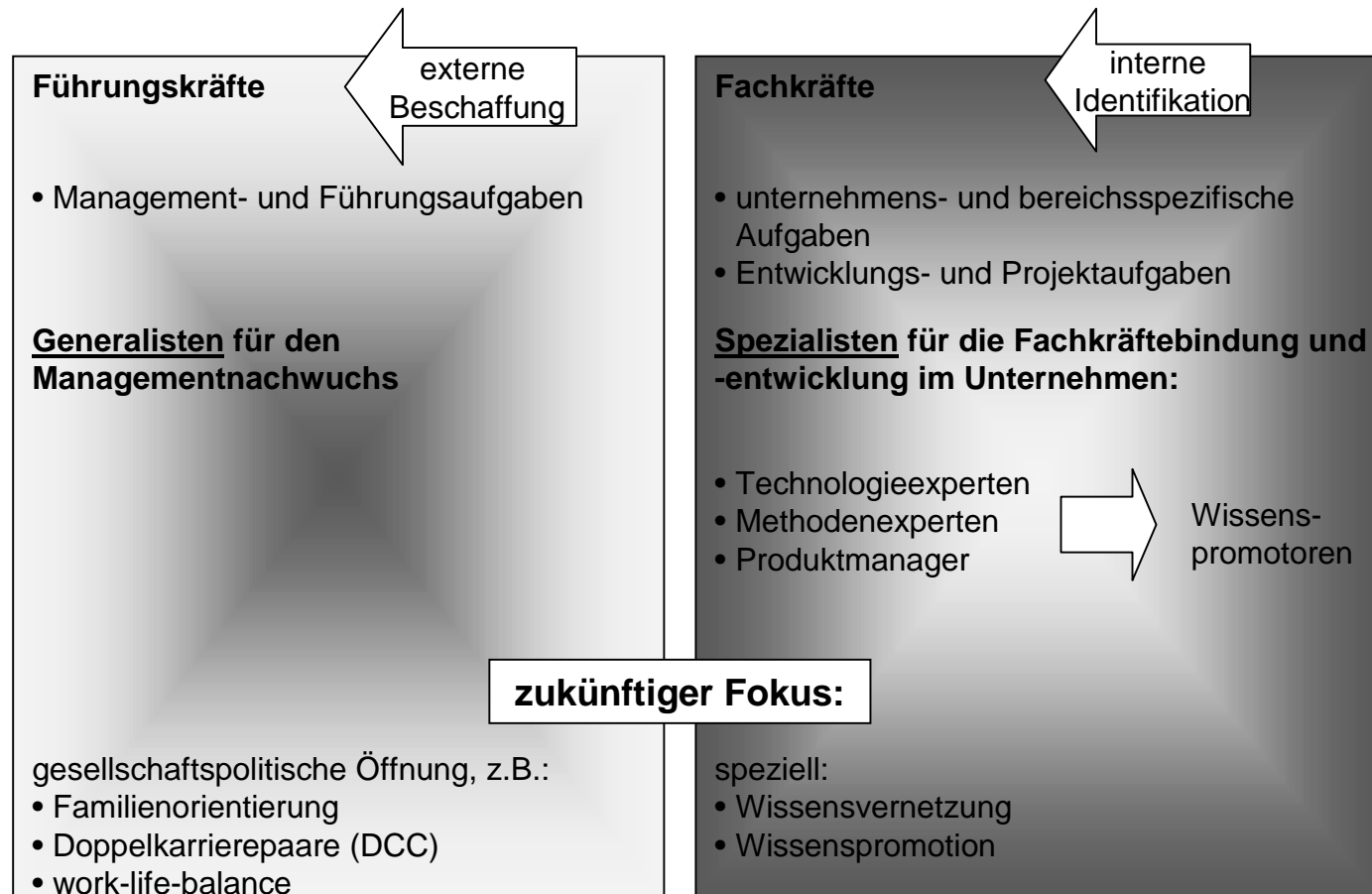
- Wissenspromotoren bringen bereichsübergreifendes und spezielles Know-how und **Fachwissen** in die Entwicklungsphase von Projekten ein.

Wissenspromotor als Spezialist

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. **Fachkräfte als Wissenspromotoren**
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Differenz: Generalisten und Spezialisten

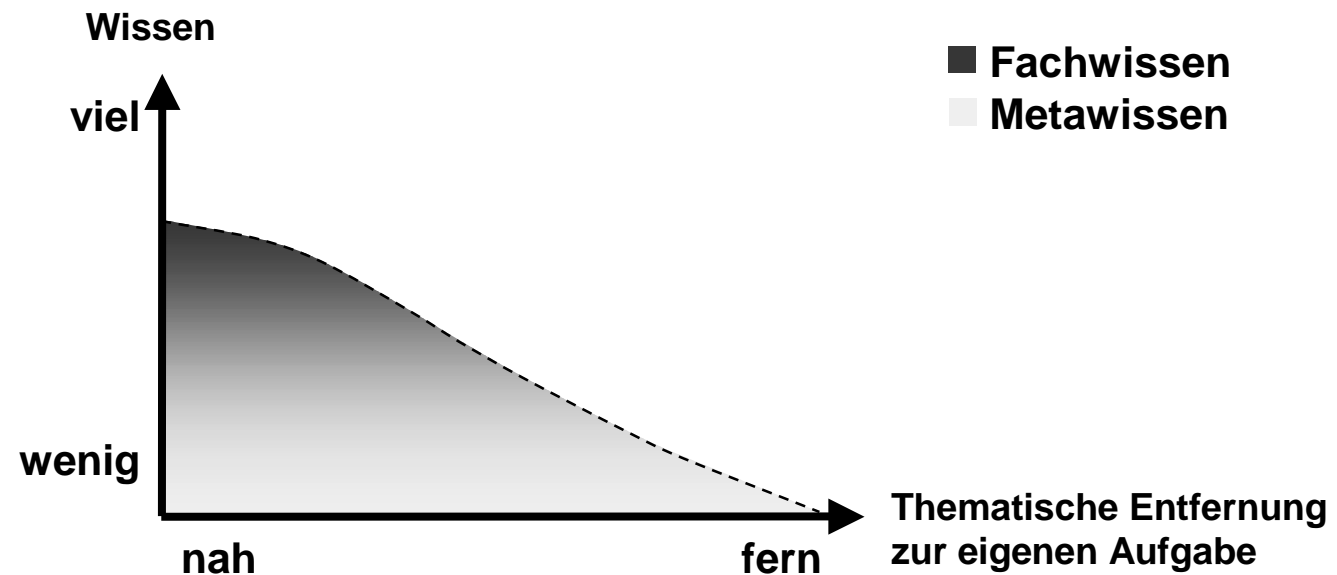


Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Wissenspromotor als Generalist

- Steuerung der Bildung informeller sozialer **Wissensnetzwerke** zwischen:
 - Experten,
 - Projektteams,
 - Organisationseinheiten.

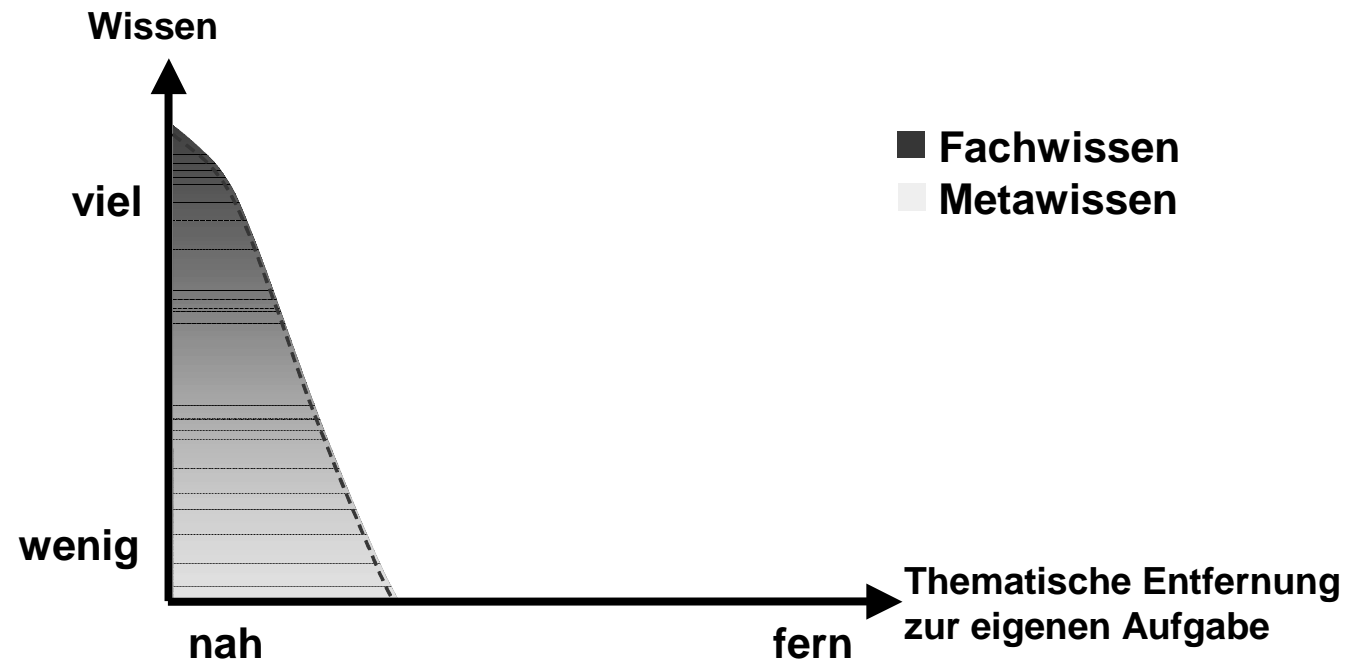


Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Aufgaben des Wissenspromotor als Spezialist

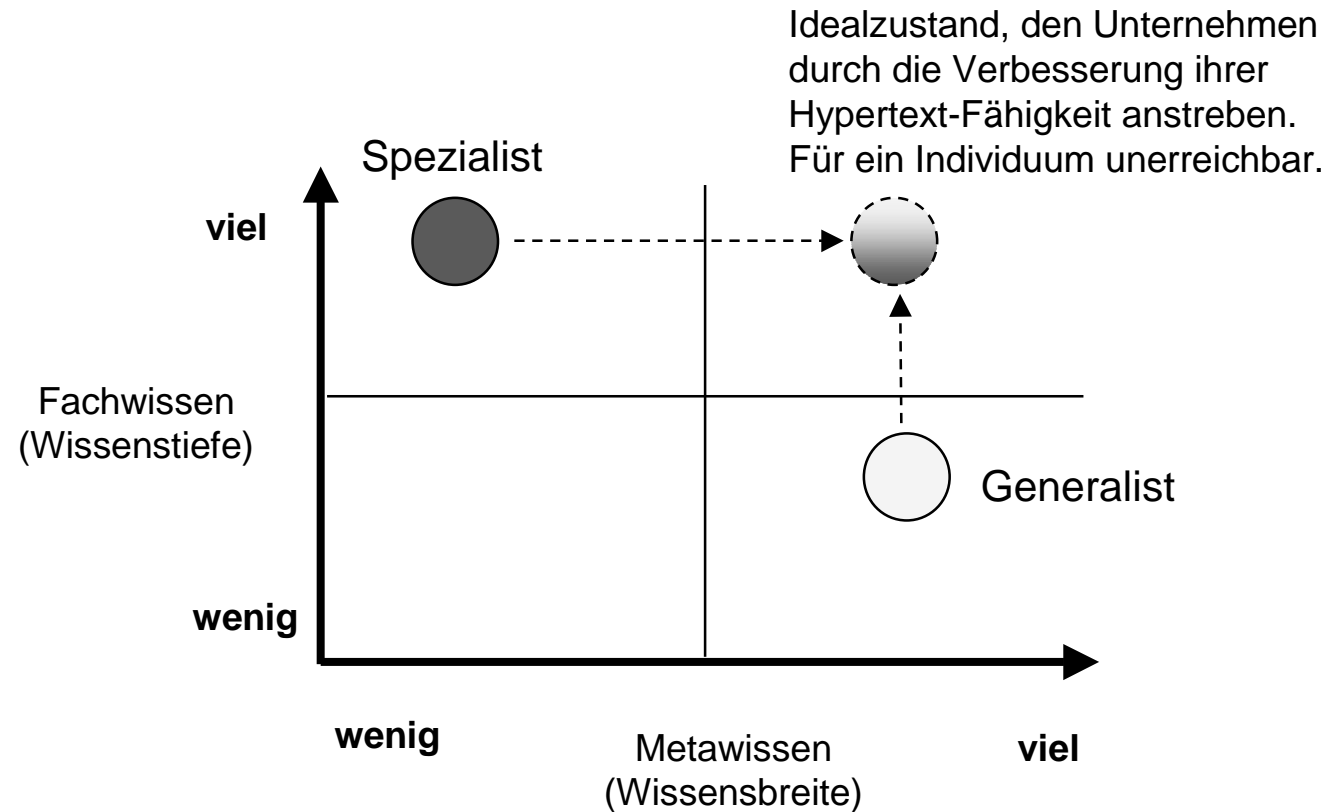
- Bereitstellung verteilten spezialisierten **Fachwissens** an der Stelle der Organisation, wo es gerade benötigt wird
- Verarbeitung und Bereitstellung von **Prozesswissen** aus Projekten



Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Matrix: Fach- und Metawissen



Implementierung des Wissenspromotors in der Hypertext-Organisation

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Funktionale Implementierung in der Organisation	Hierarchische Einbindung	Projektleiter	Fachreferent	FuE/EuK-Leiter	Mitarbeiter	
	Richtung der Kommunikation	horizontal	Top-down	Bottom-up		
	Karriereschritt	kein Karriereschritt	Karrierevorbereitend	Karriereschritt		
Projektorganisation/ Arbeitsorganisation	Einbindung in Projekt	voll	teilweise	nicht		
	Projektphase	Ideenfindung	Planung	Realisierung	Transfer	
	Zeit	Verlinkung paralleler Projektphasen		Verlinkung zu vergangenen Projektphasen		
	Verlinkungsrichtung	Primär - Primär	Sekundär - Sek.	Tertiär - Tertiär	Primär - Sek.	Sekundär - Tertiär
Handlungsebene	Wissensart	Metawissen		Fachwissen		
	Wissens-austausch	Sozialisation	Externalisierung	Internalisierung	Kombination	
	Strategie	Kodifizierung		Personalisierung		

Morphologie des Wissenspromotors



Typen von Wissenspromotoren

Der Wissensmerchant

Zentrale Aufgaben

- Vermittlung zwischen Wissensanbietern und -nachfragern aus Projekten
- Entwicklung von neuen Produktideen
- Bewertung der Marktchancen von Produktideen

Unternehmenskontext

- Dienstleistungsunternehmen
- inhaltlich ähnliche Projekte
- ad hoc geregelte Vernetzung



Bsp: Produktmanager

Der Wissensnavigator

Unternehmenskontext

- Serienproduktion
- diverse Kunden- und Entwicklungsprojekte
- standardisierte Vernetzung zu übergreifenden Einheiten



Bsp: Komponentenentwickler

Zentrale Aufgaben

- Identifikation von Wissensinseln und Doppelentwicklungen
- Austausch von Wissen aus Projekten und Serien
- Bündelung von verstreutem Wissen zu Standards

Der Methoden-Multiplikator

Zentrale Aufgaben

- Verbreitung von Methodenwissen im Unternehmen
- Standardisierung von Methoden für das Unternehmen
- Beratung von Projekten zur Methodenanwendung

Unternehmenskontext

- Unternehmen mit großem Methodenspektrum
- diverse Kunden- und Entwicklungsprojekte
- zentrale Entwicklungsbereiche und dezentrale Anwender von Methoden



Bsp: MVDA-Promotorin

Der Expertise-Agent

Unternehmenskontext

- Entwicklungsunternehmen oder Entwicklungsabteilungen
- kundenbezogene, hochinnovative Prozesse
- komplexe und unterschiedliche Projekte
- Kooperationsnetz mit wissenschaftlichen Einrichtungen

Zentrale Aufgaben

- Beschaffung von Informationen und Fachwissen für Projekte
- projektübergreifende Vernetzung von Experten
- Beratung von Projekten zu Technologien und Methoden



Bsp: Referatsleiter

Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren

Beispiel 1: Implementierung eines Methoden-Multiplikators

Das Ziel: Entwicklung der Methoden zur statistischen Versuchsplanung zu einem Standardwerkzeug im Unternehmen.

Die Lösung: Installierung eines Wissenspromotors zur Koordination und Steuerung der Migration der Methoden.

Gliederung:

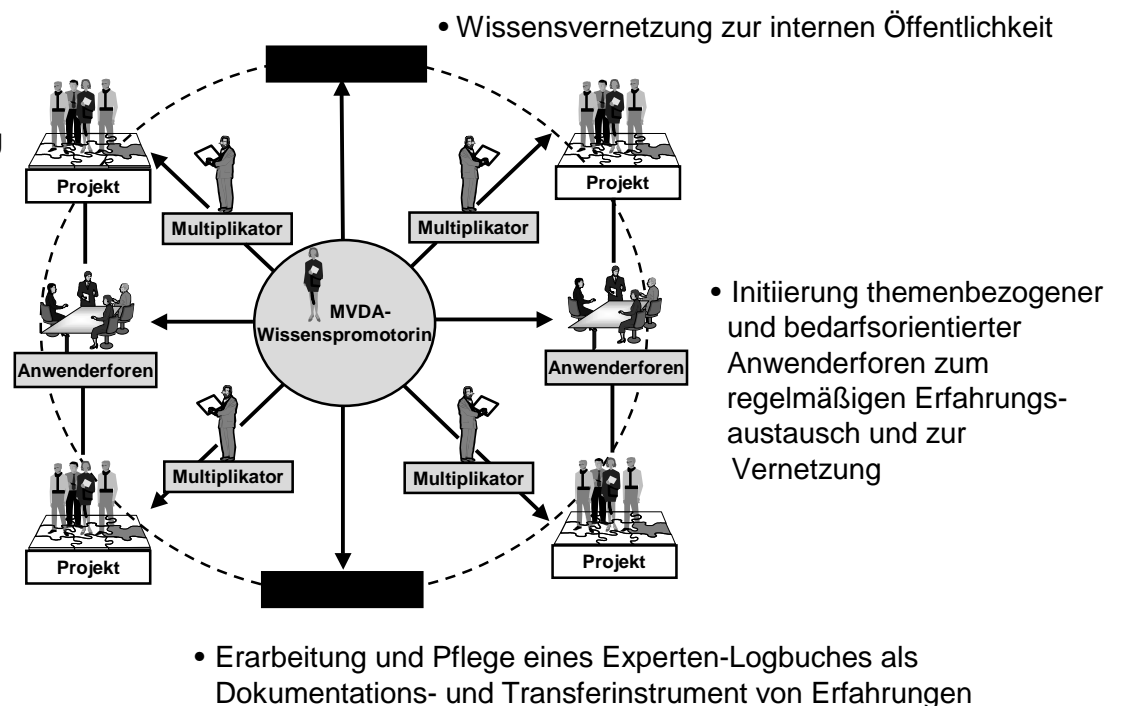
1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren

5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren

6. Fazit und weiterführende Fragen

- Lernbegleitung und Beratung im Einführungsprozess der Methoden

- Befähigung der internen Multiplikatoren zu Coaches für die Methoden



Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Beispiel 2.1: Identifikation von Methoden-Multiplikatoren im Unternehmen

Der Auslöser (Fokus):

Das Know-how von Fachkräften bzw. Spezialisten ist für das Unternehmen strategisch bedeutender als das Managementwissen der Führungskräfte. Bislang wurden jedoch nur die Führungskräfte weiterentwickelt.

Das Ziel:

Förderung und Vernetzung von Fachkräften (Wissenspromotoren) im Unternehmen.



Die Vision:

- Strukturierung des Einsatzes von Methoden-Multiplikatoren
- Unterstützung der Wissenspromotoren mit Inno-how-Methoden und Schaffung von Vernetzungsplattformen (PE)
- Neue Positionierung der Fachkräfte (Wissenspromotoren) in der Organisation (OE)

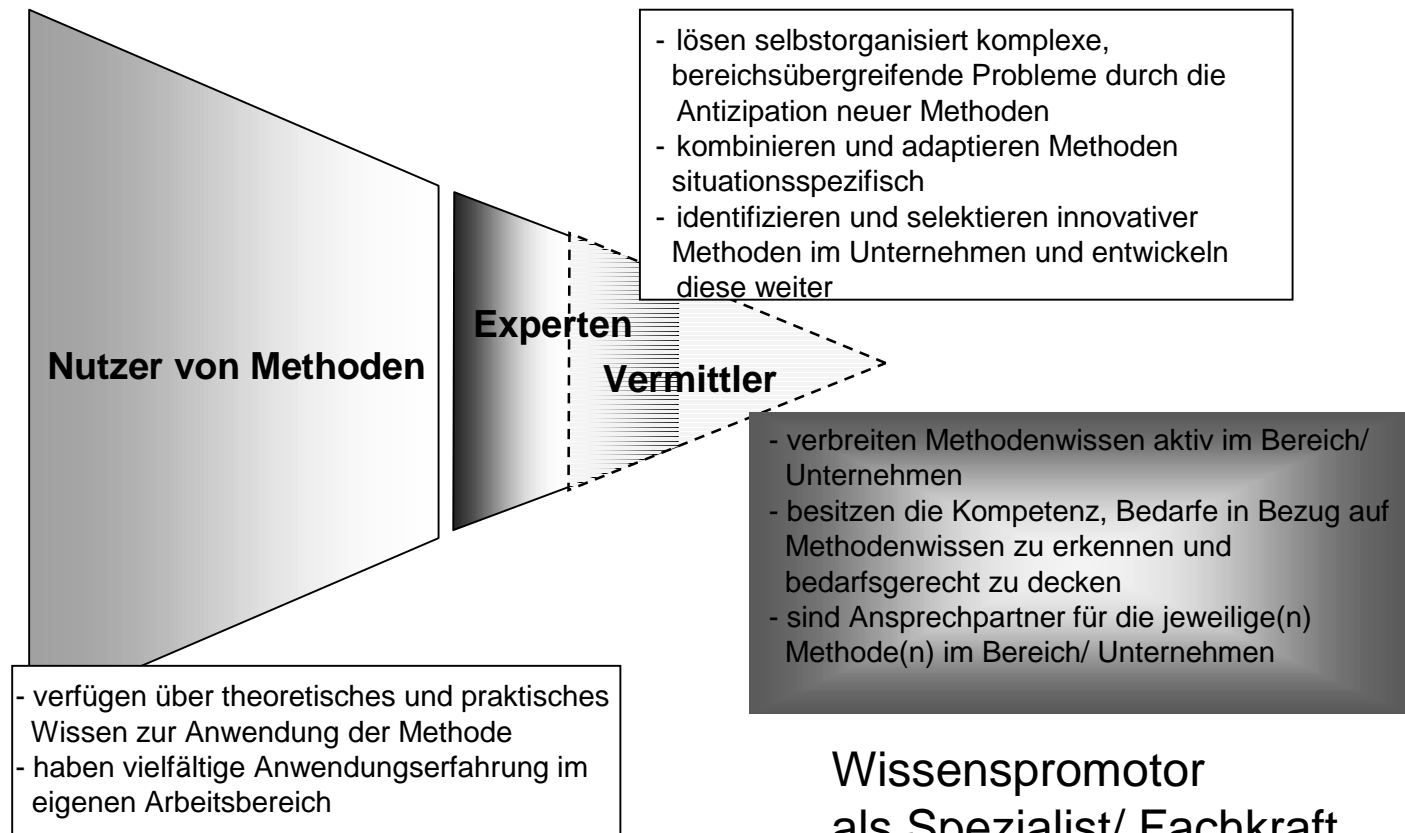
Der Prozess:

- Identifikation von Fachkräften als Wissenspromotoren und informellen Netzwerken im Bereich „Methoden“
- Entwicklung einer Methodenlandkarte
- Initiierung von Methoden-Communities

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

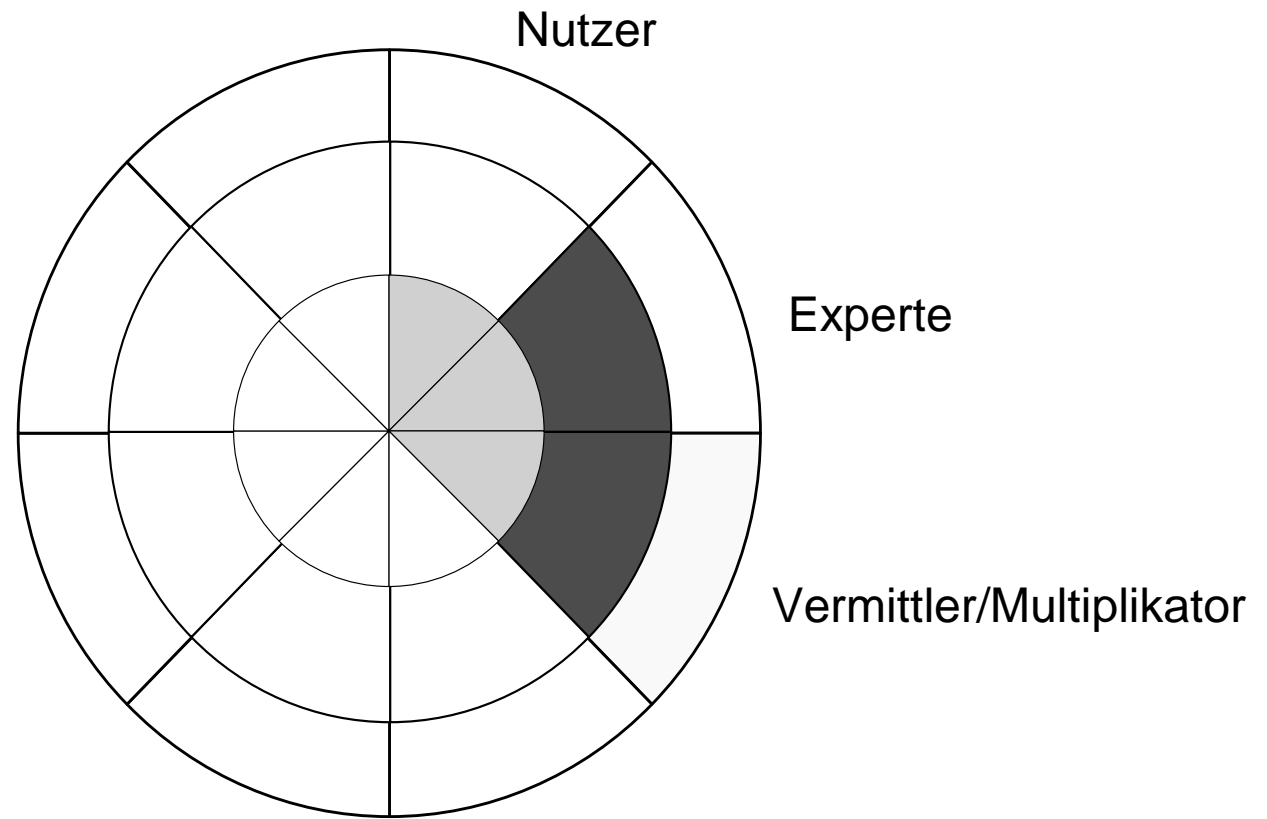
Beispiel 2.2: Identifikation von Methoden-Multiplikatoren im Unternehmen



Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Beispiel 2.3: Identifikation von Methoden-Multiplikatoren im Unternehmen



Kompetenzspektrum von Nutzern, Experten und Multiplikatoren

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Fazit:

Wenn die Projektbeispiele nicht singulär sind, dann macht es Sinn:

- informelle Austauschprozesse von Fachkräften aktiv zu unterstützen und zu organisieren.
- Know-how Träger als Fachkräfte identifizieren und für Anfragen transparent zu machen.
- das Fach- und Meta-Wissen von Fachkräften transparent zu machen und sie für ihre Aufgaben als Wissenspromotoren zu trainieren.
- die funktionale Verankerung von Fachkräften im UN und in Netzwerken transparent zu machen.
- Aufgabenprofile von Fachkräften für ihre Tätigkeit als Wissenspromotoren zu entwickeln und diese organisatorisch zu implementieren.

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

Glossar

- **Wissenspromotion** beschreibt die Summe aller systemspezifischen und funktionsgebundenen Prozesse, die der koordinierten und zielorientierten Generierung und Teilung von Wissen dienen.
- Ein **Wissenspromotor** ist die Funktion, die diesen Prozess treibt.
- Wissenspromotion kann sein:
 - Wissensdienstleistung
 - Wissensvermittlung
 - Prozessbegleitung

Gliederung:

1. Ausgangssituation
2. Wissenspromotion durch Fachkräfte
3. Projekt Inno-how
4. Fachkräfte als Wissenspromotoren
5. Beispiele für Tätigkeiten von Wissenspromotoren
6. Fazit und weiterführende Fragen

In eigener Sache – Veröffentlichung zum Thema:

Hans-Georg Schnauffer, Fraunhofer-IFF Magdeburg;
Brigitte Stieler-Lorenz, Core Business Development GmbH, Berlin;
Sibylle Peters, Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg (Hrsg.)

Wissen vernetzen

Wissensmanagement in der Produktentwicklung

2004. XIV, 238 S. 36 Abb., Buch.
Geb.. EUR 39.95, sFr 68.00
ISBN 3-540-21349-X

Erscheint im Juni 2004



Aufsatz:

Peters, Sibylle/Dengler, Sandra:
Wie Wissenspromotoren Vernetzung organisieren