



BRAICONN Kolumne (Dezember 2003):

Knowledge Management in schwierigen Zeiten. Mehr Pragmatismus ist gefragt.

BRAICONN
DEUTSCHLAND
Competence Network

Autor: Marc S. Tenbieg

„Das Geheimnis des Erfolges ist, den Standpunkt des anderen zu verstehen.“
Henry Ford

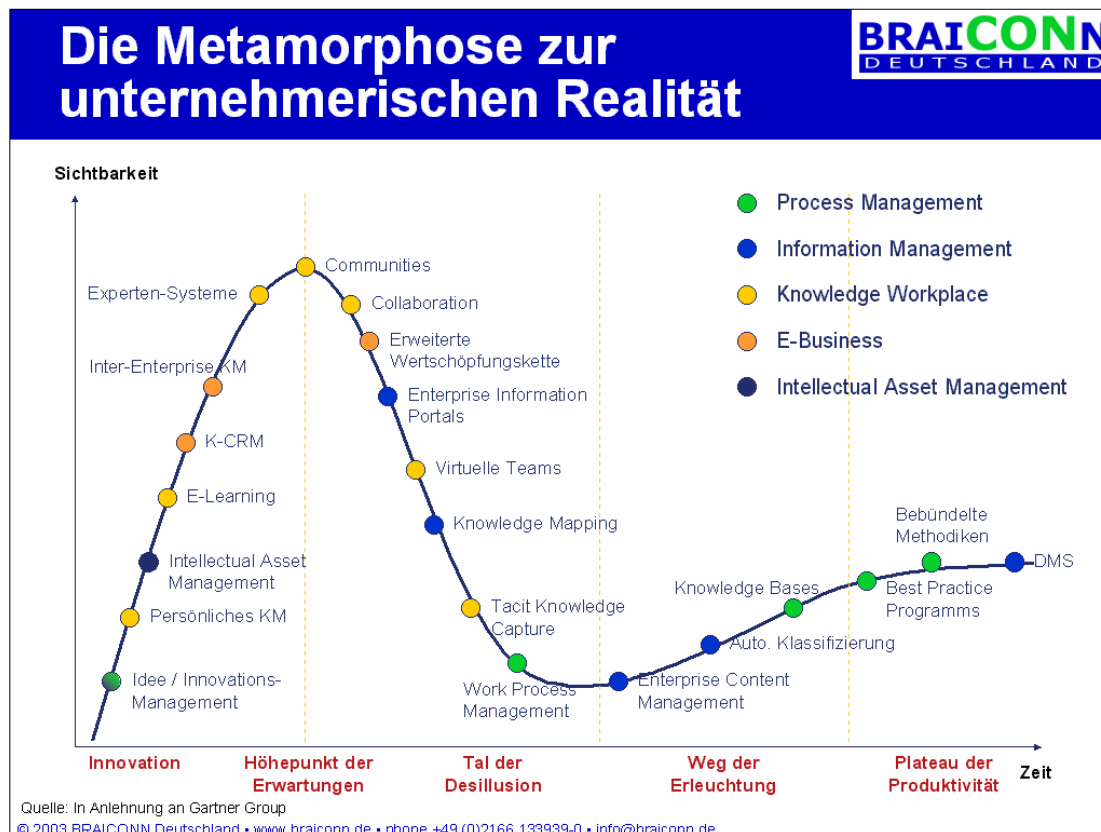
Die Diskussion über die Sinnhaftigkeit umfassender Wissensmanagement-Lösungen will einfach nicht abebben. Investitionsentscheidungen werden vielfach noch immer aufgrund praxisfremder Vorstellungen der Anbieter und bedarfsfremder Einführungsmodelle der Berater zurückgehalten. Von der Investitionssicherheit angesichts einer unsicheren Überlebens- und Zukunftsfähigkeit mancher hoch spezialisierter Anbieter gar nicht erst zu sprechen. Hinzu kommt ein typisch deutscher Hemmschuh: Wegen der ausgeprägten Themenkomplexität und der vielen verschiedenen Realisierungsansätzen traut sich kein potenzieller Kunde so schnell an ein derartiges Projekt. Die Gefahr, dass der Projektverantwortliche daran scheitern wird, ist ja auch relativ groß. „Dann doch lieber nicht“, so hört man häufig bei den Entscheidern in den Management-Etagen – und sie haben mit dieser Einstellung nicht ganz unrecht.

Viele angehende Wissensmanager besuchen immer noch schier verzweifelt unzählige Workshops und Best-Practice-Veranstaltungen, um nach pragmatischen und gangbaren Wegen zur Einführung entsprechender Methoden und Technologien Ausschau zu halten. Dies zeugt nicht zuletzt von einem akuten Mangel an qualifizierten Beratungskompetenzen seitens der Lösungsanbieter – ein Manko, das schlichtweg das sprichwörtliche „Aus“ für ein geplantes Wissensmanagement-Projekt bedeuten kann.

Zu guter Letzt wird in der Hersteller-Community immer wieder die Nase gerümpft, wenn es darum geht, Wissensmodelle von der Stange zu verkaufen. Das mag auch aus wissenschaftlicher Sicht richtig sein, doch warum sollten standardisierte und branchenspezifische Wissensmodelle nicht erfolgreich in den Unternehmen zum Einsatz kommen können? Lieber eine bezahlbare, sofort einsetzbare und damit gesunde Ausgangsbasis haben, als monatelang in Expertenteams an der Wissensmodellierung zu basteln. Die Kunden sollten vehement nach pragmatischen Lösungen fragen, die sie direkt für ihr Business bzw. in ihrem erfolgsentscheidenden Geschäftsprozess einsetzen können.

Die Bertelsmanntochter empolis macht ihren Wettbewerbern in der Branche eines vor: Man kann mit lösungs- und nachfrageorientiertem Wissensmanagement nicht nur in Deutschland gutes Geld verdienen. Das bedeutet aber nicht etwa, dass man das Engagement in Forschung und Entwicklung schleifen ließe. Ganz im Gegenteil – es geht darum, Lösungen, die jetzt nachgefragt werden, anbieten zu können und sich parallel auf hohem Niveau für zukünftige Anforderungen zu rüsten. Von den Synergieeffekten im Konzernverbund ganz zu schweigen. Die Comma Soft aus Bonn geht einen ähnlichen Weg und kann sich seit Jahren als profitables Unternehmen im schwierigen Wissensmanagementmarkt sehr gut behaupten. Zwar sind die wissensgetriebenen Ansätze beider Anbieter grundlegend verschieden, doch das Erfolgsgeheimnis ist das gleiche: Nicht zuviel reden, sondern kunden- und nachfrageorientiert handeln. Die Nachfrage bestimmt das Angebot und nicht umgekehrt.

Beobachtet man zudem die aktuellen Veränderungen in der Anbieterlandschaft, so kommt es wieder einmal zu einer kleinen aber feinen Konsolidierungswelle. Dieses ist ja auch kein Wunder, denn gute Technologieentwicklungen sind zur Zeit günstiger denn je durch zahlungskräftige Keyplayer einzukaufen. Das bekannteste Beispiel ist Open Text, die erst vor ein paar Monaten Gauss Interprise (Content Management) übernommen hat und nunmehr auch noch den ECM-Anbieter IXOS akquiriert. Zwar steht in diesem Zusammenhang noch die Zustimmung der IXOS-Aktionäre aus, doch daran wird der geschickte durchdachte Deal sicherlich nicht mehr scheitern. Sollte jetzt auch noch die Technologie- und Unternehmensintegration zügig vorangetrieben werden, dann ist das Unternehmen außerordentlich gut im Markt aufgestellt und stellt eine echte Alternative in Sachen Information Management und Virtual Teamwork dar. Zudem werden die langjährigen Erfahrungen der IXOS dazu dienen können, den attraktiven SAP-Anwendermarkt mit passenden Lösungskomponenten zu bedienen.



Neben den aktuellen Konsolidierungen lässt auch das viel versprechende Aufkeimen nutzengetriebener Lösungsansätze auf der Basis von Information Services wieder etwas Hoffnung aufkommen, dass es immer mehr bedarfsgerechte und nachfragekonforme Lösungen geben wird. Die Lösungsanbieter dürfen auf keinen Fall vergessen: Es geht nicht primär darum, neue Anwendungen und Wissensprozesse in den Unternehmen einzuführen, sondern bestehende zu unterstützen, um die Entscheidungskompetenz der Mitarbeiter absichern zu helfen. Dies wird bereits seit Jahren gepredigt, doch an konkreten Lösungen fehlt es häufig noch immer. Gerade Versicherungskonzerne können davon ein Lied singen, wenn es gilt, z.B. den Prozess einer Schadensregulierung fachlich zu untermauern. Hier bedarf es im Regelfall nicht großer Informationspakete – kleine, aber erfolgsentscheidende Informationsimpulse sind gefragt.

Ich bin sehr gespannt, in welche Richtung sich die größtenteils hoch spezialisierten Lösungsanbieter entwickeln werden: zurück in die Forschungseinrichtung oder hin zu einem kunden- und nachfragefokussierten Pragmatismus?

Ihr
Marc S. Tenbieg

Autor:



Marc S. Tenbieg
Analyst und Principal Consultant

BRAICONN Deutschland

Pressekontakt:

BRAICONN Deutschland e.K.
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Marie-Juchacz-Straße 4
D-41199 Mönchengladbach

Telefon: +49 (0)2166 133939-0

Telefax: +49 (0)2166 9619916

E-Mail: presse@braiconn.de

Die BRAICONN Deutschland ist das Expertennetzwerk für strategische Beratung und operative Projektunterstützung in den Themenbereichen Information Management, Knowledge Management und Customer Relationship Management.

Weitere Informationen unter <http://www.braiconn.de>