

Pressemitteilung

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO

Claudia Garád

14.05.2010

<http://idw-online.de/de/news369526>

Forschungsergebnisse, Wissenschaftliche Publikationen
Informationstechnik
überregional



Trendstudie »Wissensmanagement 2.0«

Eine empirische Studie des Fraunhofer IAO beleuchtet die Einflussgrößen und Erfolgsfaktoren für die Einführung von Wissensmanagement mit »Social Software« in Unternehmen. Die Studie ist ab sofort zum Preis von 49 € im IAO-Shop erhältlich.

Das Management von Wissen ist entscheidend für die wirtschaftliche Zukunft von Unternehmen. Sie müssen das Wissen ihrer Mitarbeiter, Kunden und Leistungspartner nutzen und miteinander verknüpfen, um Innovationen zu schaffen.

Verbindet man diese Anforderungen an das Wissensmanagement mit den zentralen Entwicklungstrends des »Web 2.0« bzw. des »Social Internet«, so kann man in diesem Zusammenhang vom »Wissensmanagement 2.0« sprechen. Damit ist gemeint, dass Mitarbeiter selbst aktiv werden, indem sie ihr Wissen zur Verfügung stellen und sich so von Konsumenten zu Produzenten von Wissen entwickeln.

Neben Erleichterung und Effektivität bringen diese Technologien neue Anforderungen an die Unternehmen mit sich. So sind Aufbau und Betrieb von Social Software wie Wikis und Blogs in hohem Maße von der Mitwirkung der Mitarbeiter abhängig. Die Erfahrung zeigt, dass nicht wenige Projekte genau daran scheitern. Daher muss durch Maßnahmen des aktiven Technologiemanagements eine hohe Beteiligung der Mitarbeiter erreicht werden. Diese hängt nicht zuletzt von der Organisation eines Unternehmens ab. Aber welche Einflussfaktoren wirken in einem solchen sich wechselseitig bedingenden System aus Organisation, Mensch und Technik? Und worauf gilt es zu achten, damit »Social Software« tatsächlich den Wissensfluss verbessern kann?

In der Trendstudie »Wissensmanagement 2.0 - Erfolgsfaktoren für das Wissensmanagement mit Social Software« hat das Fraunhofer IAO die Bedeutung der Social Software für das Wissensmanagement und die Parameter für eine erfolgreiche Einführung in Unternehmen untersucht. Hierzu wurde unter anderem eine Online-Befragung zum Wissensmanagement 2.0 ausgewertet, an der sich im Sommer 2008 insgesamt 97 Unternehmensvertreter beteiligt haben.

Die Ergebnisse zeigen, dass eine große Anzahl an sozialen Faktoren für die erfolgreiche Nutzung von Social Software ausschlaggebend ist. Die Einführung sollte deshalb nicht hauptsächlich als technologisches Projekt betrachtet werden; vielmehr ist die gemeinsame Gestaltung sowohl des technischen Systems als auch seiner sozialen Umgebung notwendig, um die Einführung eines Wissensmanagements mittels Social Software wertbringend umsetzen zu können.

Auf Basis dieser Erkenntnisse wurde eine Vorgehensweise zur Einführung von Social Software vorgestellt, welche die identifizierten Erfolgsfaktoren berücksichtigt und in eine vorhandene Gesamtstrategie des Wissensmanagements eines Unternehmens einbettet.

Die Studie ist ab sofort zum Preis von 49 € zzgl. Versandkosten im Internet unter <https://shop.iao.fraunhofer.de> erhältlich.