

# Netzwerke als zentrale Plattform im Wissens-Management

**ECM-FORUM** Der Anlass der uvision GmbH im Kongresshaus in Zürich fand unter dem Motto «Von der Unternehmensstrategie zum erfolgreichen Umgang mit Wissen und Information» statt. Eine Paneldiskussion basierte auf einer Wissens-Management-Studie, die noch bis zum 25. April läuft.

Zu Beginn der Diskussion zeigte Moderator **Clemente Minonne**, Organisationsberater bei Wissens-Management.CH, auf, dass 55% der 185 Firmen, die bisher an der Studie teilnahmen, im Wissens-Management aktiv sind. Bei einem Drittel der Unternehmen tut sich nichts in Sachen Wissens-Management.

«Wissens-Management heisst, relevantes Wissen zum richtigen Zeitpunkt in benötigter Form bereitzustellen.» Mit viel Überzeugungsarbeit gelang es **Gaby Jaeger-Valsecchi**, verantwortlich für Organisational Learning + Knowledge Management bei Swisscard AECS AG, etwa durch die Intranet-Seite ihrem Betrieb das Wissens-Management nahe zu bringen. Hilfreich war auch der Eintritt neuer Mitarbeiter: «Sie wollten mitteilen, was sie gemacht haben.» Das Wissens-Management laufe auch deshalb, weil die Mitarbeiter die Notwendigkeit selber sehen würden, so Jaeger-Valsecchi.

Ein aktives Unternehmen im Wissens-Management ist auch die Schweizerische Post. Bei der Post gebe es inzwischen 160 Netzwerke, sagte **Bettina Anne Sollberger**, zuständig für das Wissens- und Ideen-Management. Diese bieten den Mitarbeitenden die Möglichkeit, Links oder E-Mails abzulegen oder in einem Forum ihr Wissen auszutauschen. Der persönliche Kontakt wird aber nicht ersetzt. So finden immer wieder Vernetzungsveranstaltungen innerhalb des Unternehmens statt. «Wenn die Kultur nicht stimmt, nützen die besten Systeme nichts», weiss Sollberger.

Bei KPMG funktioniert das Intranet-Portal ebenfalls als zentrale Austauschplattform. **Peter Dahinden**, Projects/Processes/Knowledge Sharings, sprach die Informationsflut an, die stark zugenommen habe. Um zu Wissen zu kommen, brauche man Unterstützung. Da würden verschiedene Tools und Applikationen helfen: «Die Mitarbeiter haben den Respekt abgelegt und vertrauen diesen Tools. Sie wissen nun, dass man in zentralen Ordnern abspeichern kann.»

**Joe Namesnik**, CEO bei iknowledge, gab zu bedenken, dass man aufgrund der Globalisierung auch die Wirkung des Wissens-Managements in anderen Kulturen berücksichtigen solle. Sei das Wissen in anderen Kulturen verschieden, würden die Prozesse nicht funktionieren: «Wenn es für uns nicht stimmt, sollte man das im Austausch rüberbringen.» (mw)



Peter Dahinden, KPMG, Bettina Anne Sollberger, Schweizerische Post, Joe Namesnik, iknowledge GmbH, und Gaby Jaeger-Valsecchi, Swisscard AECS AG, und Clemente Minonne, Wissens-Management.CH (v. links).



Rainer Imboden und Rolf Giger, beide PostFinance (v. links).



Marco Furini, Open Text AG, und Irina Maria Kuhnen, Skyguide-Swiss Air Navigation Services Ltd.



Roy Brüllhardt, Denkplatz GmbH, und Dirk Sander, Ciba Inc. (v. links).



Reto Guidi, uvision GmbH, und Thomas Wüst, Business Solution Group (v. links).