

## Wissensmanagement goes global

Unternehmen - und in zunehmenden Maße auch die Politik - haben die strategische Relevanz des Wissensmanagements für die globalisierte Wirtschaft erkannt und versuchen verstärkt, das Wissen der Mitarbeiter in Wettbewerbsvorteile umzuwandeln: Die Fähigkeit, Wissen zu identifizieren, zu erwerben, zu entwickeln, zu verteilen und zu nutzen wird mehr und mehr zum Wettbewerbsfaktor unserer heutigen Zeit. Wissens- und Unternehmensnetzwerke dienen als Mittel, um lokale Zentren zu stärken. Eine geografische Schwerpunktbildung von Menschen, Unternehmen und Forschungsinstitutionen fördert den Austausch personifizierten, impliziten Wissens. Ein Ort wie das Silicon Valley dient als Vorbild für eine lernende Region mit genügend kritischer Masse, die den Austausch und das Schaffen von Wissen stützen kann. Ein Schwerpunkt des Wissensmanagement für Unternehmen, die sich in solchen Wissensregionen ansiedeln, muss zweifelsohne der Umgang mit implizitem Wissen sein. Das soziale Kapital eines Unternehmens ist die Kommunikationsfähigkeit seiner Mitarbeiter – innerhalb wie außerhalb der Firma. Ein solches „innovatives Milieu“ wird durch die Nähe der Beteiligten bestimmt, denn die Möglichkeiten schneller, informeller Begegnungen steigert die Lernfähigkeit. Es gibt darüber hinaus die Möglichkeit, sich Herausforderungen mit der Hilfe neuer Arbeitsweisen und Technologien zu stellen. Diese Lernfähigkeit hängt nicht nur von einzelnen Personen ab, sondern auch von einer Infrastruktur, die das Lernen, den Wissensaustausch in Organisation und in ganzen Netzwerken fördert.

Aber nicht nur das Silicon Valley ist eine Wissensregion. Südafrika als aufstrebende Wirtschaftsnation betreibt Wissensmanagement – nicht so wie wir es kennen: eher unkonventionell und informell, aber dennoch erfolgreich. Und Japan dient auch heute noch vielen Regionen als Vorbild für das eigene Wissensmanagement. Mehr dazu können Sie in unserem aktuellen Titelthema ab Seite 22 lesen.

Welche weiteren Trends und Entwicklungen kommen in 2007 auf uns zu? Die demografische Entwicklung unserer Gesellschaft wird sicherlich einen zunehmenden Einfluss auf unsere

Wissenskultur haben. Pods, Blogs und RSS verändern und verbessern unsere Kommunikation im Web 2.0. Mehr denn je halten Soft Facts wie Emotionale Intelligenz, Selbst- und Ideenmanagement Einzug in das Wissensmanagement der Unternehmen. Der Community-Gedanke wird sich weiter ausbreiten, die Kommunikation über Netzwerke an Zustimmung gewinnen. Dieser Entwicklung tragen wir mit dem neuen Netzwerk WISSENnetwork Rechnung. Bereits heute sind wir damit in den meisten deutschen Großstädten, in Österreich und der Schweiz vertreten. Aber auch über die anderen Themen werden wir Sie im kommenden Jahr aktuell und fundiert auf dem Laufenden halten.

Ihnen allen wünscht das gesamte wissensmanagement-Team eine geruhsame Vorweihnachtszeit, ein besinnliches Fest und einen guten Start in ein hoffentlich wissensreiches Jahr 2007.



Ihr

Oliver Lehnert