

E-Business und Wissensmanagement

Der rasante Fortschritt auf dem Gebiet der Informations- und Kommunikationstechnologie ermöglicht den Zugang zu bislang unzugänglichen Wissensquellen. Aber: Je mehr Informationen zugänglich sind, desto schwieriger ist es, wichtige Informationen zu finden. Die unstrukturierten Datenbestände müssen zusammengeführt und dafür systematisch durchforstet und geordnet werden.

Ziel: Wissensziele bestimmen

- **Skill-Management:** Eine Skill-Management-Software verwaltet Informationen für die Personalplanung und -entwicklung. Mit ihrer Hilfe lassen sich individuelle Kompetenzprofile entwickeln und ermitteln, inwieweit Mitarbeiter den Stand des benötigten Wissens erreicht haben. Auch Maßnahmen, die zur Erreichung bestimmter Ziele notwendig sind, können hierüber geplant, terminiert und verwaltet werden.

Ziel: Wissen speichern

- **Mind-Mapping:** Ergebnisse von Kreativ-Sitzungen, Brainstormings oder Workshops werden oft mit Stift und Papier festgehalten. Mit einer Mind-Mapping-Software lassen sie sich einfacher und übersichtlicher als bisher sichern und anschließend direkt im Internet veröffentlichen oder per E-Mail verschicken.
- **Wissenslandkarten:** Welches Wissen (z.B. für den Bereich „Organische Chemie“) gibt es wo im Unternehmen (z.B. in der Forschungsabteilung)? Per Wissenslandkarten (auch als Software verfügbar) lässt sich veranschaulichen, welches Know-how im Unternehmen ist. Auch Wissenslücken werden so sichtbar. Sie sind eine Art „Reiseführer“, kein Speicher und in etwa vergleichbar mit den weiter entwickelten „Gelben Seiten“ eines Unternehmens.
- **Dokumenten-Management-Systeme:** Solche Systeme können Dokumente unterschiedlichster Form und Herkunft (Faxe, E-Mails, Textverarbeitung) in einem einheitlichen elektronischen Format erfassen, speichern und miteinander verknüpfen: vergleichbar traditionellen Archiven und Ablage-Systemen. Vorteil zu traditionellen Methoden: Das elektronische Archiv kann leichter verwaltet, schneller durchsucht und auf Inhalte - nach Schlagwörtern - zugegriffen werden.
- **Data-Warehouses:** In einer Daten-Warenhaus-Software werden alle Daten für Auswertungen und Analysen, die bei betrieblichen Entscheidungen benötigt werden, ständig vorgehalten. Sie verknüpfen Informationen, die in vielen Unternehmen in verschiedenen Datenbanken verstreut sind. Voraussetzung dafür ist nicht zuletzt, dass hier (anders als in vielen unterschiedlichen Datenbanken) alle Informationen in einem einheitlichen Format abgelegt sind. Ein großer Fortschritt, wenn man bedenkt, dass (nach Expertenmeinung) in der Regel 80 Prozent aller Informationen in Unternehmen in ganz unterschiedlichen Datenbanken, Berichten, Konzepten etc. vorliegen. Data-Warehouses sind, anders als „normale“ Datenbanken, in der Regel nach Themen geordnet, z. B. Unternehmen (z.B. Geschäftsbereiche, Organisationsstruktur), Produkt (z.B. Produktfamilie, Produktgruppe, Artikel), Region (z.B. Land, Gebiet, Bezirk, Kunde), Kunden (z.B. Kundengruppen), Zeit (z.B. Monat, Quartal, Jahr, Geschäftsjahr), Betriebswirtschaftliche Kenngrößen (z.B. Umsatz, Deckungsbeiträge, Gewinn).

Ziel: Wissen verteilen

- Groupware: Als Groupware bezeichnet man Softwarepakete, über die Mitarbeiter miteinander kommunizieren und kooperieren können. Die meisten Unternehmen verfügen in der Regel bereits über entsprechende Lösungen. Groupware unterstützt sie beim Wissensmanagement dadurch, dass Kollegen Informationen und Dokumente untereinander austauschen bzw. gemeinsam bearbeiten können.
- Intranet: Das Intranet ist für das Wissensmanagement ganz besonders wichtig: als elektronische „Standleitung“, über die alle Mitarbeiter eines Unternehmens kommunizieren und kooperieren.

Ziel: Wissen nutzen

- Wissensportale: Thematische Portale - auch im unternehmenseigenen Intranet - lassen sich als zentraler Zugang zu großen Wissensbeständen nutzen. Sie sind mit unterschiedlichen Funktionalitäten (z. B. Suchfunktionen) ausgestattet: um verfügbares Wissen zu finden sowie der Möglichkeit, eigene Interessenschwerpunkte oder Anforderungen bei der Wissenssuche und -darstellung festzulegen.
- Suchfunktion und virtuelle Agenten: Beide Technologien helfen, die Informationsfülle firmeneigener Intranets, Datenbanken oder Archive besser zu bewältigen.
- Ähnlich wie Suchmaschinen für das Internet lassen sich Suchmaschinen auch für Intranets einsetzen, die diese permanent durchsuchen und dabei deren Inhalte automatisch vorschlagworten. Sie bewerten zusätzlich in der Regel die Relevanz der gefundenen Dokumente.
- Mittels Agenten kann man Wissensbestände nach festzulegenden Themengebieten durchsuchen lassen. Sie benachrichtigen den Nutzer immer dann, wenn sie für ihn einen neuen und wichtigen Inhalt entdeckt haben
- Data-Mining: Diese Funktionalität ist oft in Datenbanken, Statistik- und Marketing-Programmen bereits integriert. Sie dient dazu, versteckte bzw. unbekannte Zusammenhänge und Muster in großen Datenbeständen aufzudecken (z. B. in Daten-Warehouses). Beispiele: Warum konnten bestimmte Produkte auf bestimmten Märkten oder zu bestimmten Zeiten nicht planmäßig abgesetzt werden? Welche Kundentypen haben nach dem Erwerb eines Produktes auch die Neigung zum Erwerb welcher anderen Produkte?