Wissensmanagement – mehr als ein Hobby

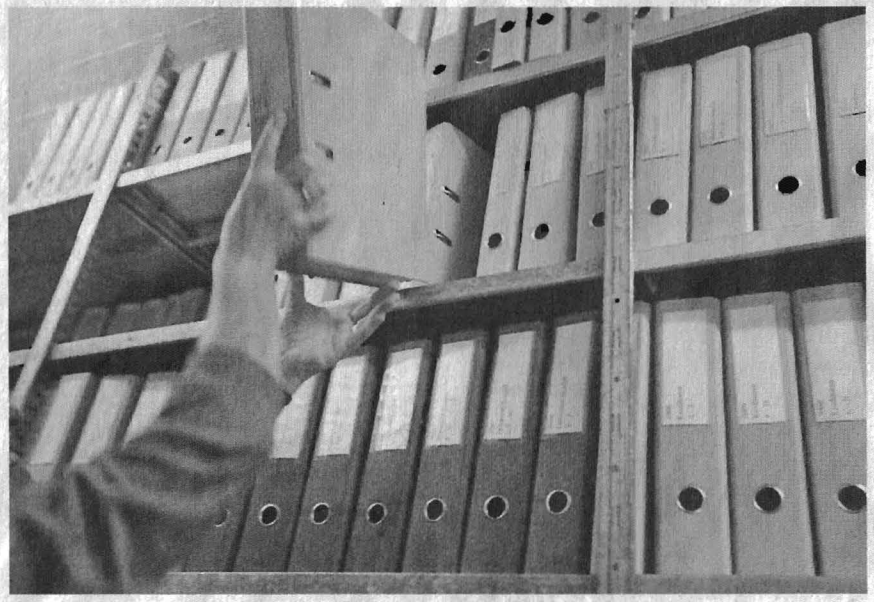
Der Werdegang des Wissensmanagers ist meist interdisziplinär – also breit abgestützt

SANDRA ESCHER CLAUSS*

Die Funktion des Wissensmanagers ist erst im Aufbau. In vielen Firmen existiert sie nur dank umtriebigen Mitarbeitenden, die Wissensmanagement als professionelles Hobby betreiben.

Sie heissen Chief Knowledge Officer, Chief Learning Officer, Knowledge Networking Officer, Knowledge Broker oder einfach Wissensmanager. Und genauso vielfältig wie die Bezeichnung ist auch das Berufsbild dieser Personen, die im Unternehmen für das Wissensmanagement zuständig sind. Einen einheitlichen und strukturierten Werdegang, sagt Pavel Kraus, Präsident des Swiss Knowledge Management Forums, gibt es bis heute nicht. «Es existiert zwar eine Fülle von Nachdiplomkursen oder Seminaren, und Vorlesungen zum Wissensmanagement sind auch in die unterschiedlichsten Lehrgänge integriert, doch ein eigentliches Grundstudium gibt es nicht. Meist kommen Wissensmanager aus den Bereichen IT, Kommunikation, Personal- und Organisationsentwicklung oder betriebliche Weiterbildung.»

Kraus selbst ist schon seit 13 Jahren im Wissensmanagement tätig. Seine Basis dazu bildete ein interdisziplinäres Geografiestudium. «Ich studierte physikalische und soziale Geografie sowie Wahrnehmungsgeografie.» Danach arbeitete Kraus bei Roche Diagnostics im Marketing, und zwar im Bereich internationale Marktbefragungen. Während dieser Aufgabe betrieb er Wissensmanagement als eine Art «professionelles Hobby», wie er sagt: «Beim Sammeln der Umfragedaten merkte ich, dass die Informationen, die wir sammelten, in der Firma viel breiter und besser publik gemacht werden müssten.» Eines Tages schrieb er dem CEO ein Paper und schlug darin auch vor, dass die Stelle eines Knowledge Networking Officer geschaffen werden sollte. «Mein Werdegang ist wohl symptomatisch», konstatiert Pavel Kraus. «Es gibt zwar Grossfirmen, die bereits strukturierte Wissensmanagement-Abteilungen aufgebaut haben, bei den meisten Firmen geschieht dies jedoch durch die Initiative von interessierten Mitarbeitenden.»



Verbindend. Der «Knowledge Officer» sorgt für Diffusion von Wissen. Foto Keystone

So war es auch bei der Swiss Re, die zu den ersten Schweizer Firmen zählte, die eine strukturierte Wissensmanagement-Abteilung aufbauten. «Knowledge Management im engsten Sinn tauchte bei uns 1996 zum ersten Mal auf», sagt Bruno Hermann zurückblickend. Er ist Head Knowledge Management Consulting bei der Swiss Re und war damals als Leiter der technischen Ausbildung eine der internen Personen, die die Initiative ergriffen und zusammen mit einem externen Beratungsunternehmen eine Wissensmanagement-Strategie für die gesamte Gruppe entwickelten. «Aufgrund der immer stärker werdenden Dezentralisierung unserer Organisation leuchtete es der Geschäftsleitung ein, dass Knowledge Management zu einem Topthema werden musste.»

Hermanns Background im Bereich Ausbildung und Organisationsentwicklung passte perfekt mit den Vorstellungen überein, die das damalige Swiss-Re-Kader von Wissensmanagement hatte. «Für uns ist dieses eng mit Innovation und Ausbildung verknüpft und der IT-Aspekt und die Datenbanken sind lediglich eine praktische Nebensache.» Wissensmanagement heisst für den Rückversicherer daher vor allem, Mitarbeitende oder Kunden miteinander zu vernetzen. Dies immer mit dem Ziel, daraus neue Innovationen generieren zu können. Inzwischen ist die Knowledge-Management-Abteilung der Swiss Re auf weltweit 80 Mitarbeitende angewachsen und umfasst den gesamten Wissenszyklus vom Sammeln neuer Erkenntnisse und Ideen bis hin zur Archivierung.

BERUFSBILD. Gemäss verschiedenen Untersuchungen sind für dieses Berufsbild vor allem folgende Qualifikationen wichtig: ein Gesamtverständnis für Betriebswirtschaft und Organisation sowie für Personal. Hinzu kommen grundlegende Kenntnisse über Psychologie oder Pädagogik sowie ein gewisses IT-Know-how. Ein äusserst heterogenes Profil also. Und eines, das sich erst nach einigen Jahren Berufserfahrung herausbilden kann. Welche Personen mit dem Wissensmanagement betraut werden, hängt stark davon ab, wie das Thema in den Firmen umgesetzt wird. Je nach Schwerpunkten, die eine Firma setzen möchte, wird dann auch der Hintergrund der Verantwortlichen gewählt.

Es gibt keine einheitlichen Studiengänge für dieses Berufsbild. So ist das Institut für Kommunikationsforschung der Uni Luzern im Moment schweizweit die einzige Institution, an der mit dem MBA eLearning und Wissensmanagement ein Master im Bereich Wissensmanagement absolviert werden kann.

* Der Artikel ist in der Fachzeitschrift HR Today im Mai 2008 erschienen.

IMPRESSUM

Stellefant – eine Beilage der Basler Zeitung, Neuen Fricktaler Zeitung, Volksstimme Sissach, Die Oberbadische, Markgräfler und der Weiler Zeitung
Verantwortlich:
Chefredaktor Basler Zeitung. Matthias Geering
Leiter Werbemarkt. Harry Zaugg
Leiter Online und Rubrikenmarkt. Alexandra Heiniger

Verlag. Hochbergerstrasse 15, 4002 Basel
Tel. 061 639 11 11, Fax 061 631 19 59, verlag@baz.ch

Inserate Basel: Basler Zeitung Medien Werbe AG
Hochbergerstrasse 15, 4002 Basel
Telefon 061 639 10 50
Telefax 061 639 10 20
stellefant@baz.ch

Inserate Liestal: Basler Zeitung Medien Werbe AG
Kasernenstrasse 16/Postfach,
4410 Liestal
Telefon 061 927 13 45
Telefax 061 921 28 48
stellefant@baz.ch

Annoncenpreis. Fr. 4.84 s/w oder farbig, exkl. MwSt.
Inserateschluss: Mittwoch, 10 Uhr