

Ohne Wissen kein Unternehmen

Unternehmen der Zukunft brauchen heute WissensManagement.

Unternehmen entstanden durch Wissen. Viele sagen Know-how. Im Wissen steckt angewandte Information aus vielen Gebieten und menschliche Kompetenz. Jürgen Göhl, Gründer der DENKHAUS GmbH, ging in den 90er Jahren dem Wissen in der Anwendung und Nutzung von Wissen als Leitender Angestellter in mehreren Unternehmen auf den Grund. Das Ergebnis liegt im 2008 ausgezeichneten Konzept „Das Wir-Wissen-Unternehmen“ vor.

Unternehmen in denen Wissen wie in einer Blutbahn (Intranet) mit kleinsten Verästelungen durch den Organismus strömt und damit die Organe mit Sauerstoff (Wissen) versorgt, sind enorm leistungsfähig. Altes Wissen darf nicht verworfen, sondern muss in einen neuen Kontext gestellt werden. Wer macht das bei Ihnen im Unternehmen? Ein täglicher Prozess der Mitarbeiter? Vordergründig ja, aber wer kann wie oft teilnehmen? Und wenn die Wissensträger krank sind, aus dem Unternehmen ausscheiden oder ihr Wissen nicht preisgeben wollen? Was steckt an Wissen in Ihrer bestehenden Datenbank? Wie werden Besprechungen wissensbasiert und zeitsparender? Nicht nur darauf gibt Göhl in seinem Konzept „Das Wir-Wissen-Unternehmen“ Antworten. Wissensverteilung-, steuerungs- und -aktualisierung ist eine dynamische Führungsaufgabe.

Von oben nach unten, von unten nach oben. Positiver Zusatzeffekt: Freude durch gegenseitige Unterstützung produziert deutlich mehr Innovationen.

» Wissens-Arbeit zu Wissens-Konsens ist sozialer Frieden im Unternehmen«

Alle sind von Beginn an eingebunden

Den Mitarbeitern wird eine veränderte Rolle zugewiesen: Vom Ausführenden, zum Mitdenker und damit zum Innovationstreiber. Göhl betont: „Dieses Konzept hat nichts mit Change Management (keine Esoterik, Tschaka Tschaka, etc.) zu tun. Organisches Wachstum aus der Erkenntnis des für das Unternehmen Beste mit Unterstützung durch konzeptionelle wie softwaretechnische Tools. Deshalb auch für kleine Unternehmen sehr gut umsetzbar“.

Göhl, kennt sich in Unternehmen und in vielen Branchen aus und sieht sich als „Denkprozess-Veränderer“ und Wissens-

förderer“ mit anfassbarem Produkt. Durch den auf Wissensmanagement basierten Ansatz des „Das Wir-Wissen-Unternehmen“ wird die Handlungs- und Führungsarbeit auf das zurückgeführt, worauf sich das Unternehmen gründet: auf sein Wissen. Es erfährt inneres und äußeres Ansehen, man traut diesem mehr zu. Mit gelebtem WissensManagement kann nun auch Kompetenz auf Feldern offenbart werden, die der „Altkunde“ bislang noch nicht wahrgenommen hat und kann dadurch ideal zur Neukundenakquise eingesetzt werden.

Göhl plädiert für ein sehr modernes und gleichsam uraltes, weil soziales und christliches Menschenbild, das sich in modernsten Unternehmen wiederfinden sollte. Viele Unternehmer sind sich durchaus bewusst, dass sich die Sichtweise der Arbeitnehmer auf Ihre Arbeitgeber in den letzten Jahren radikal geändert hat. Das Gehalt ist nicht mehr der große Gradmesser der Zufriedenheit eines Mitarbeiters. Vielmehr steht das soziale Denken und Handeln untereinander im Vordergrund. Eine Organisation, heute hauptsächlich durch EDV, muss in seinen Abläufen und Möglichkeiten immer schneller sein als die Schnellsten im Unternehmen und als Wettbewerbsunternehmen. Doch Betriebe müssen auch die Langsameren mitnehmen, denn nicht selten sind diese Mitarbeiter die Wissensgeber und Wissensträger und stellen damit eine wichtige und entscheidende Ressource in einem Unternehmen dar. Dies kann durch das Göhl-Konzept in bester Weise erreicht werden.

Das Konzept „Das Wir-Wissen-Unternehmen“ krempelt Unternehmen nicht um (im Gegensatz zu „Change Management“ und einigen anderen Konzepten). Unternehmen verändern sich vielmehr aus sich selbst heraus, wenn die entscheidenden Ansätze gelegt werden, die Göhl kennt. Zum Beispiel zeigt das Göhl-Konzept auf, wie Abläufe mit Personen zusammenhängen. Das kann Führung durch Kennzahlen nicht leisten. Übrigens kann die DENKHAUS-Software (beinhaltet das Göhl-Konzept) an bestehende EDV-Systeme angedockt werden.



Der Wissenskosmos. Wissenskonsens
in einer Organisation nach DENKHAUS®

Ordnung, Individualität, Austausch, Beziehung,
Zusammenhalt, Besonderheit, unsichtbare Lenkung,
Stabilität, Räumlichkeit, Kompetenz, Dynamik,
Leichtigkeit, Power, Interessanztheit,
Echtheit, Unverwechselbarkeit

Wissens-Arbeit muss auch visuell Spaß machen

Die neue Kommunikationsart wird ausgedrückt durch Grafik-Design nach dem Vorbild des Grafikers Hubertus Carl Frey (kurz: hace; semantische Typografie). Das neue Leitbild verbreitet jeden Tag visuell gute Stimmung, intern wie extern. Nicht nur in der Datenbankoberfläche, auch in der Unternehmenskommunikation, innen wie außen, kann dieses Prinzip genutzt werden. Der oft zitierte Spruch: „Bilder sagen mehr als tausend Worte“ erfährt hier eine befreiende Wirkung, auch ein Anstoß für Ihre Werbung. Denn: Ein Bild ist teuer in der Herstellung und manchmal nicht so treffend wie eine illustrierende Typografie, die dem Dargestellten die Bedeutung gibt, wo Bilder durch inflationäres Auftreten Beliebigkeit erzeugen, weil man nicht mehr „hängen bleibt“.

Mehr zur Wissensdatenbank (und zur semantischen Typografie) in der Dezember-Ausgabe des „Allgäuer Wirtschafts-magazins“.

DENKHAUS® für Neue Märkte GmbH

Dorfstraße 10
88260 Argenbühl
Telefon (0 75 66) 9404-0
info@DENKHAUS-gmbh.de
www.DENKHAUS-gmbh.de
http://www.hace-stuttgart.de