

Abstract

Die Bedeutung von ECM-Systemen als Instrumente für den Wissenstransfer innerhalb von Unternehmungen

Kurzzusammenfassung:

John Naisbitt (1982, S. 24) schrieb: „Wir ertrinken in Informationen, aber wir hungern nach Wissen.“ Enterprise Content Management (ECM) ist ein Instrument welches Wissen in einer Unternehmung erschliesst und nutzbar macht. ECM, richtig eingesetzt, kann einen nachhaltigen Kundennutzen schaffen (Kampffmeyer, 2003, S. 11). Um ECM zielführend zu nutzen, müssen mehrere Rahmenbedingungen erfüllt sein: insbesondere die Unternehmenskultur, die Struktur und die Prozesslandschaft sind darauf auszurichten, Wissenstransfer zu fördern und zu unterstützen (Brode, 2010, S. 7). Ziel dieser Arbeit ist es, das bestehende Wissen über die Einsatzmöglichkeiten von ECM-Systemen und deren Bedeutung für den Wissenstransfer zusammenzutragen und, darauf aufbauend, eine Best-Practice abzuleiten.

Verfasser:	Lukas Studer
Herausgeberin:	Dr. oec. HSG Susanne E. Zajitschek
Veröffentlichung (Jahr):	2015
Zitation:	Studer Lukas, 2015, Die Bedeutung von ECM-Systemen als Instrumente für den Wissenstransfer innerhalb von Unternehmungen. FHS St. Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Masterarbeit MSc in Business Administration
Schlagworte:	Wissensmanagement, Unternehmenssoftware, Strategisches Management, Unternehmenskultur, Organisation

Ausgangslage

Der Mensch als Arbeitnehmer ist im Wissenszeitalter nicht mehr nur Leistungserbringer, er ist der essentielle Bestandteil eines jeden Systems (Kaplan & Norton, 1996, S. 3). Boos und Mittlerer (2014, S. 18) formulieren dies wie folgt: „Menschen stellen Organisationen ihre Wahrnehmungen, Handlungen und ihr Gedächtnis zur Verfügung. Organisationen können nicht riechen, schmecken, denken, sich selbst beobachten oder sich ohne menschliche Hilfe erinnern.“ Moderne Unternehmen stehen unter dem zunehmenden Druck, die Ressource „Wissen“ systematisch zu erschliessen und nutzbar zu machen (Burger, 2011, S. 14).

ECM verfügt über ein hohes Potenzial, den Arbeitsplatz der Zukunft nachhaltig zu prägen und zu verändern. Diese Einschätzung baut auf der Annahme auf, dass es mit ECM möglich ist, den Transfer von explizitem Wissen bzw. jenen von explizierten Informationen innerhalb einer Unternehmung zentralisiert abzuwickeln (Koch, 2013, S. 2). Damit kann Wissen schnell zur Lösung von Problemen verfügbar und nutzbar gemacht werden (Schmelzer & Sesselmann, 2013, S. 23).

Ziel

Die folgenden drei Forschungsziele wurden für die vorliegende Masterthesis definiert:

1. Wege werden aufgezeigt, wie Unternehmen mit Hilfe von ECM komparative Kundenvorteile erlangen und diese nachhaltig bewahren können.
2. Es wird sichtbar gemacht, was Unternehmen berücksichtigen müssen, um ECM effizient und zielführend für den Wissenstransfer einsetzen zu können.
3. Das Potenzial von ECM als nachhaltiges Instrument für Wissenstransfer wird evaluiert und offengelegt.

Vorgehen

Für die Masterthesis wurde ein qualitativer Forschungsansatz verfolgt. Um die Forschungsziele zu erreichen, wurde ein pragmatischer Weg basierend auf der Aufbau-logik einer anwendungsorientierten wissenschaftlichen BWL-Arbeit nach Rüegg-Stürm (2003) angewandt. Demnach soll die Forschungsarbeit primär die Problemstellung beschreiben und interpretieren sowie zu Schlussfolgerungen führen. Als Ergebnis der Forschungsarbeit liegen praktische Empfehlungen und theoretische Implikationen vor.

Um eine Annäherung an die forschungsleitende Fragestellung zu erreichen, wurde ein zweiteiliges Vorgehen gewählt: In einem ersten Schritt wurde mittels einer Sekundärdatenerhebung der State of the Art zu den relevanten Themengebieten erhoben. Darauf aufbauend wurde in einem zweiten Schritt eine Primärdatenerhebung unter Einbezug von fünf Fachexperten aus Theorie und Praxis durchgeführt.

Erkenntnisse

Folgende Handlungsempfehlungen für den zielführenden Einsatz von ECM für Unternehmen wurden abgeleitet:

1. Mitarbeitende müssen einen Nutzen darin sehen, ihr Wissen zu teilen. Nur so kann es gelingen, dass die organisationale Wissensbasis nachhaltig bewirtschaftet wird.
2. Die Strategie, die Kultur, die Struktur und die Prozesslandschaft einer Unternehmung haben grossen Einfluss auf den Wissenstransfer. Um effektiven Wissenstransfer zu betreiben, müssen diese Dimensionen berücksichtigt und entsprechend ausgerichtet werden.
3. Mitarbeitende müssen einen einfachen Zugang zu ECM erhalten und darin einen Nutzen für sich erkennen. So gelingt es, ECM in den Arbeitsalltag zu integrieren.
4. Die organisationale Wissensbasis einer Unternehmung setzt sich aus implizitem und explizitem Wissen zusammen. Wissensmanagement muss beide Dimensionen berücksichtigen, um entsprechend darauf eingehen zu können. Dies gilt auch für ECM.
5. Wissen kann nicht reportet werden. Auch wenn Wissen nach den gängigen Managementprinzipien als Ressource betrachtet wird (Drucker, 1994, S. 7), kann dieses nicht analog zu anderen Ressourcen überwacht werden.

Literaturquellen

- Aegerter, J. (22. Juni 2012). *Elektronische Archive sind das Gedächtnis der Informationsgesellschaft*. Abgerufen am 08. März 2015 von www.netzwoche.ch: <http://www.netzwoche.ch/de-CH/News/2012/06/22/Elektronische-Archive-sind-das-Gedaechtnis-der-Informationsgesellschaft.aspx?pa=1>
- Boos, F., & Mitterer, G. (2014). *Einführung in das systemische Management*. Heidelberg: Carl-Auer Verlag.
- Brode, D. (April 2010). Kritische Erfolgsfaktoren für effizientes Enterprise-Content-Management. *e-Journal of Practical Business Research*, S. 1 - 9.
- Burger, D. (2011). *Computergestützter organisationaler Wissenstransfer und Wissensgenerierung - Ein Experteninterview basierter Forschungsansatz*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Drucker, P. F. (1994). *Post-Capitalist Society*. New York: HarperBusiness.
- Kampffmeyer, U. (2003). *Enterprise Content Management - zwischen Vision und Realität*. Hamburg: Projekt Consult GmbH.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action*. Cambridge MA: Harvard Business Review Press.
- Koch, S. (2013). *ECM in der Cloud - Potenziale und Risiken*. Hamburg: Bachelor + Master Publishing.

Naisbitt, J. (1982). *Megatrends*. New York: Warner Books.

Rüegg-Stürm, J. (2003). *Aufbaulogik einer anwendungsorientierten wissenschaftlichen BWL-Arbeit*. St. Gallen, St. Gallen, Schweiz.

Schmelzer, H., & Sesselmann, W. (2013). *Geschäftsprozessmanagement in der Praxis - Kunden zufrieden stellen, Produktivität steigern, Wert erhöhen*. München: Carl Hanser Verlag.