

Standarddefinitionen für Wissensdomänen

Im Mittelpunkt der Methode des Geschäftsprozessorientierten Wissensmanagements steht die „Wissensdomäne“ oder das „Wissensfeld“. Die Beschreibung einer Wissensdomäne oder eines konkreten Wissensfeldes ermöglicht es, eine unternehmensspezifische Definition von Wissen zu erarbeiten und festzulegen. Durch den breiten Einsatz in der Praxis konnten Standarddefinitionen für die zentralen Wissensgebiete aus Sicht von KMU-Anwendern verfasst werden (vgl. Orth et al. 2008). Diese können Sie als Ausgangspunkt nutzen, um Wissensdomänen für Ihr eigenes Unternehmen auszuwählen, zu beschreiben und anzupassen.

Wissen über Kunden

Diese Wissensdomäne umfasst in erster Linie das Wissen über ehemalige, gegenwärtige und potentielle Kunden. Typische Teilbereiche sind einerseits die Kenntnis über interne Rahmenbedingungen des Kunden wie etwa Strategie, Ziele, Strukturen und Prozesse sowie die Kenntnis über die relevanten Personen (Ansprechpartner, Entscheidungsträger). Ferner zählen hierzu der wirtschaftliche Status, die Bonität und die Zahlungsmoral des Kunden. Andererseits zählt zum Kundenwissen auch die Kenntnis der externen Situation wie etwa das Marktumfeld und die Wettbewerbssituation des Kunden sowie das Wissen um die Belastbarkeit der Kundenbeziehung allgemein.

Wissen über Produkte

Produktwissen umfasst Kenntnisse und Informationen, die sich auf das unternehmensspezifische Portfolio an Produkten und Dienstleistungen beziehen. Typische Bestandteile sind beispielsweise das Wissen über technische Eigenschaften und Funktionalitäten von Produkten und Technologien sowie deren Beitrag zur Lösung eines Kundenproblems. Ferner zählt das Wissen über Preise und Lieferzeiten sowie Stärken und Schwächen vorhandener Produkte zu dieser Kategorie. Aus der Sicht der Produktentwicklung und Fertigung sind insbesondere der Kenntnisstand bezüglich der Konfiguration (Baugruppen, Bauteile, Werkzeuge), der technischen Machbarkeit sowie der einzusetzenden Produktionsanlagen und -verfahren zur Fertigung des Produkts von Bedeutung.

Fach- und Methodenwissen

Die Domäne des Fachwissens umfasst grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten, die zur Bewältigung der täglichen Arbeitsaufgaben eingesetzt werden. Erst das während der Ausbildung erworbene Basiswissen ermöglicht es, sich inhaltlich mit ihrem Aufgabenbereich auseinanderzusetzen, indem bestimmte produkt- oder branchenspezifische Fachmethoden und Kompetenzen anzuwenden sind. Darauf aufbauend erwerben die Mitarbeiter im Zuge ihrer Berufspraxis zusätzliches Erfahrungswissen, das ihr bereits vorhandenes Basiswissen erweitert und ergänzt. Im Einzelnen kann es sich dabei beispielsweise um das Wissen über spezielle Technologien, den Stand der Technik eines bestimmten Forschungsbereiches oder Methoden und Verfahren handeln sowie die damit verbundene Fähigkeit dieses in speziellen Situationen anzuwenden.

Wissen über die eigene Organisation

Diese Domäne umfasst Kenntnisse über die aufbau- und ablauforganisatorischen Aspekte der eigenen Organisation sowie das Wissen über Leistungen und Kompetenzen einzelner Mitarbeiter und des Unternehmens im Ganzen. Ferner zählen Aspekte wie die Unternehmenskultur oder das Wissen über Leitbild, Vision, Strategie und Ziele des Unternehmens zu dieser Domäne. Es umfasst auch sämtliches Wissen über offiziell geltende Regeln und informelle Normen der Organisation.

Wissen über Märkte und Wettbewerber

Im Mittelpunkt der Domäne steht das Wissen über das externe Umfeld des Unternehmens. Hierzu zählen beispielsweise das Wissen um aktuelle und potentielle Absatz- und Beschaffungsmärkte, Markttrends, Marktanteile oder Markteintrittsbarrieren. Ferner zählt hierzu das Wissen über das Portfolio und die Marktstellung der Wettbewerber, deren Strategien und Ziele sowie deren Stärken und Schwächen, wie etwa die Lieferfähigkeit, der Kundstamm, die Kostenstruktur und deren Umsätze.

Wissen über Partner

Im Mittelpunkt stehen externe Beziehungen des Unternehmens zu Organisationen, zu denen ein partnerschaftliches Verhältnis besteht. Hierzu zählen beispielsweise Beziehungen zu Lieferanten, Verbänden oder Gremien. Ferner fallen Forschungs- und Entwicklungspartnerschaften, strategische Allianzen oder sonstige Kooperationsverhältnisse in diese Kategorie. Typische Wissensinhalte sind beispielsweise die Kenntnis über (gemeinsame) Ziele, Strategien, Strukturen und Ansprechpartner der Partner sowie die Einschätzung der Kompetenzen und Qualifikationen der Partner. Hierzu zählen beispielsweise Zuverlässigkeit, Flexibilität, Termintreue oder Finanzkraft.

Wissen über Normen und Gesetze

Diese Wissensdomäne umfasst Kenntnisse über Inhalte, Gültigkeit und Reichweite nationaler und internationaler Normen und Gesetze. Ferner zählen hierzu das Wissen über rechtliche Anforderungen, Richtlinien, die in der Regel dem Unternehmen von außen auferlegt sind, wie etwa Aspekte des Handelsrechts, Arbeitsrechts, Patentrechts, Produkthaftungsgesetz, Umweltrichtlinien und Verpackungsnormen. Letztlich geht es hier auch um die Frage, welche Anforderungen gegenüber dem eigenen Unternehmen entstehen und welche Bedeutung dies für die internen Abläufe und die eigenen Produkte hat.

Wissen über Patente

Unter Wissen über Patente kann jeweils sowohl die eigene Patentsituation als auch die allgemeine, das Geschäftsgebiet des Unternehmens betreffende Patentsituation (z.B. des Wettbewerbs) zusammen gefasst werden. Dazu zählt zum einen die Art (Geltungsraum und -dauer) und Anzahl der Patente als auch deren konkrete Inhalte (Welches Verfahren, welche Technologie oder welche Produktelemente werden geschützt?). Ferner kann auch das allgemeine Wissen über Patentwesen wie zum Beispiel das Prozedere zur Beantragung eines Patentbesitzes hinzu gezählt werden.