

 LexisNexis™	Muttergesellschaft: Reed Elsevier Inc. Börsennotierung: NYSE: RUK, ENL Mitarbeiter weltweit: 13.000
	MANAGEMENT Andrew Prozes CEO, LexisNexis Group Sybille Franzmann Geschäftsführerin LexisNexis Deutschland

Ressource Wissen gewinnt an Bedeutung in deutschen Unternehmen

Klares Bekenntnis zu Wissensmanagement

**Telefonische Befragung zum Thema
„Wissensmanagement in deutschen Unternehmen“**

März / April 2003

**LexisNexis Deutschland GmbH, Frankfurt/ Münster
Untiedt Research, Hattingen**



Executive Summary

Vor dem Hintergrund einer immer dynamischeren wirtschaftlichen Entwicklung sowie der zunehmenden internationalen Verflechtung in zahlreichen Industriezweigen, gewinnt Wissen bereits seit Jahren als betriebswirtschaftliche Ressource für Unternehmen an Bedeutung. Anbieter von Fachinformationen – wie beispielsweise auch LexisNexis - haben ein grundlegendes Interesse daran, die Entwicklungen im Bereich des Wissensmanagements genau zu verfolgen. Ziel der im März 2003 durchgeführten Studie war es daher, ein realistisches Bild zum aktuellen Stand des Wissensmanagements in Deutschland zu geben. Befragt wurden Führungskräfte der ersten und zweiten Ebene aus 303 Unternehmen. Die telefonische Befragung fand in der ersten Märzhälfte 2003 statt. Jeweils zu gleichen Teilen stammten die Befragten aus den Branchen Banken/Versicherungen, Beratung, Medien, Pharma/Chemie sowie Automobil/Maschinenbau. Damit stand für jede der Branchen eine Stichprobe zur Verfügung, die aussagekräftige Schlüsse für die Grundgesamtheit zulässt.

Wichtigstes Ergebnis der Studie: Wissen/Information wird von deutschen Unternehmen allgemein als wichtige Ressource anerkannt. Höhere Werte erreichte in der Studie lediglich die Ressource „Qualifizierte Mitarbeiter“. Trotz eines klaren Bekenntnisses zu Wissensmanagement, zeigten die befragten Unternehmen noch Zurückhaltung bei Investitionen in Wissensmanagement wie beispielsweise die Einrichtung entsprechender Stellen oder Investitionen in Informationsdienste und in Systeme für Wissensmanagement.

Wissen in Form konkreter Daten – beispielsweise Kundendaten, Daten zu Marktanteilen etc. – wird von deutschen Unternehmen im Schnitt als wichtiger eingestuft als Prozess Know-how – beispielsweise Vertriebserfahrung. Bevor in Wissensmanagement investiert wird, wollen die Unternehmen in der Mehrheit sichergehen, dass ein entsprechender Nutzen zu erwarten ist. Effizienzmessung spielt daher eine zentrale Rolle. Die am häufigsten genutzten Verfahren sind Audits sowie Kennzahlensysteme.

Hinweis: Die in diesem Papier genannten Zahlen repräsentieren die prozentualen Größenverhältnisse, die sich aus der der Studie zugrunde liegenden Stichprobe ergaben.

Steigende Bedeutung für das Wissensmanagement

Über die Frage, welche betriebswirtschaftlichen Ressourcen als erfolgskritisch zu betrachten sind, gibt es branchenspezifisch große Unterschiede. In der Studie wurden die folgenden Ressourcen zur Auswahl gestellt: Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, Kapital, Mitarbeiter, Management sowie Information/Wissen. Als wichtige beziehungsweise sehr wichtige Ressource bezeichnen 97,4 Prozent aller Unternehmen die Mitarbeiter, gefolgt von Information/Wissen sowie Management mit jeweils 95,4 Prozent. Auf Platz vier findet sich die Ressource Kapital mit 88,1 Prozent. Als weniger wichtig werden Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe eingestuft. Anhängig vom Industriesektor existieren allerdings große Unterschiede. In den Bereichen Pharma/Chemie sowie Automobil/Maschinenbau wird die Bedeutung der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe mit 74,0 beziehungsweise 74,5 Prozent weitaus höher bewertet als im Durchschnitt, ähnlich der Faktor Kapital im Banken- und Versicherungsbereich mit 94,1 Prozent. Besonders hoch wurde Information/Wissen im Bankensektor (96,5 Prozent) sowie in der Medienbranche (96,1 Prozent) bewertet.

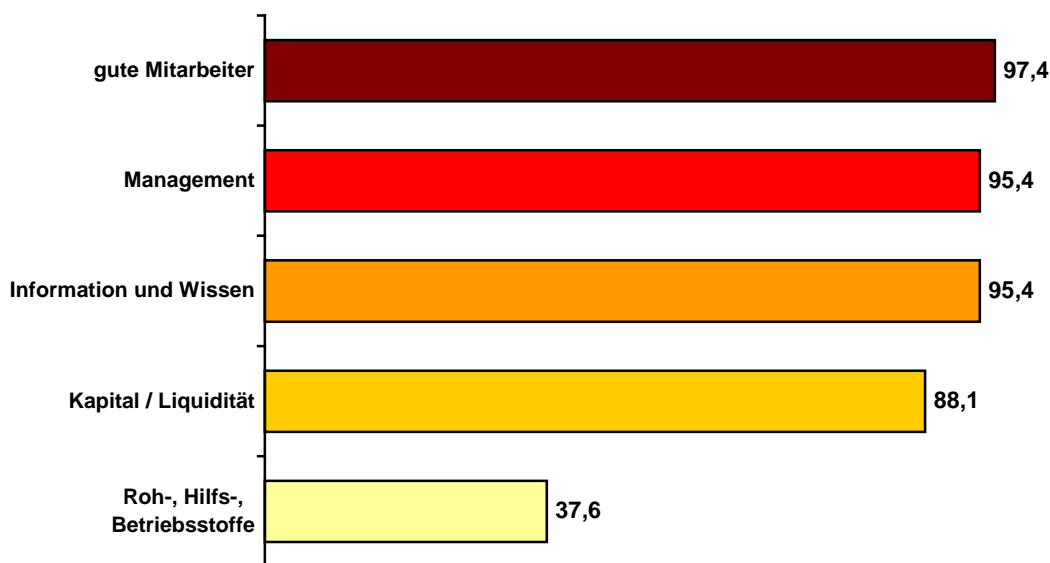


Abb: Welche der folgenden betriebswirtschaftlichen Ressourcen spielen in Ihrem Unternehmen eine wichtige Rolle?

Konkrete Daten versus Prozess Know-how

Wissen liegt im Unternehmen in den unterschiedlichsten Erscheinungsformen vor. Datenbanken mit Informationen zu Kunden oder Zahlen aus der Marktforschung sind in den meisten Unternehmen gängige Praxis. Im Rechnungswesen lassen sich aus den Umsatzzahlen Informationen bezüglich des Erfolgsbeitrags bestimmter Produkte, Regionen oder Unternehmenseinheiten herausfiltern. Andererseits manifestiert sich Wissen im Prozess Know-how – beispielsweise in der Vertriebserfahrung des Außendienstes oder den Fähigkeiten der Ingenieure in der Entwicklungsabteilung. Nicht zuletzt trägt die Unternehmenskultur und die Intensität der Kommunikation zwischen den Mitarbeitern wesentlich zur Weitergabe dieses Prozess Know-hows bei.

Wissen in Form von konkreten Informationen hat für deutsche Unternehmen einen hohen Stellenwert. 60,4 Prozent der Befragten gaben an, dass diese Form von Wissen für sie am wichtigsten sei. Besonders ausgeprägt ist die Haltung im Bankenbereich (68,2 Prozent) sowie in der Automobil/Maschinenbaubranche (74,5 Prozent). Lediglich für 30,0 Prozent der Unternehmen hat Prozess Know-how den höheren Stellenwert.

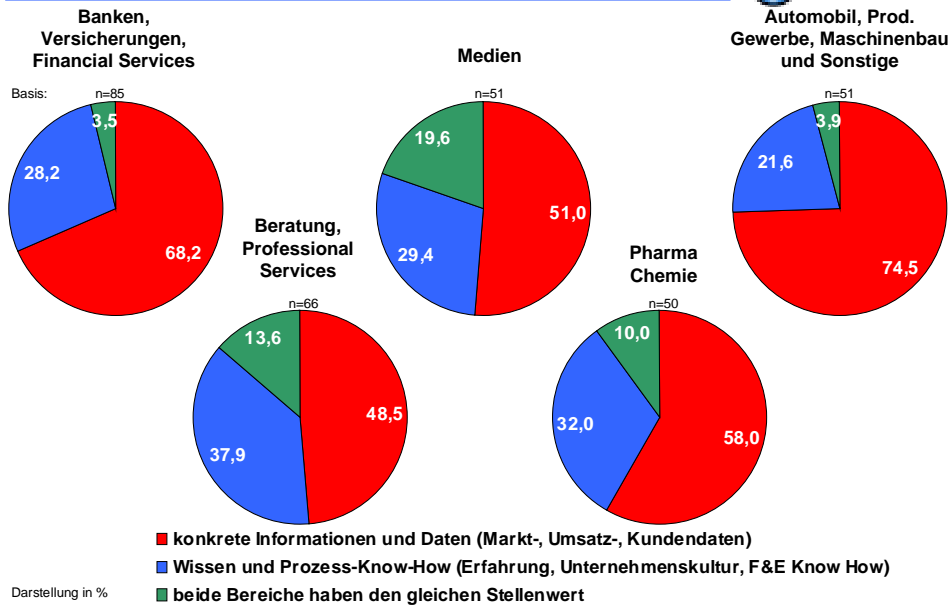


Abb: Bedeutung von konkreten Daten und Prozess Know-how im Branchenvergleich.

Trend zu professionellen Informationsdiensten

Wissensquellen lassen sich grob in interne und externe Quellen sowie das Erfahrungswissen der Mitarbeiter untergliedern. Im Rahmen der Untersuchung wurden die externen Wissensquellen einer näheren Betrachtung unterzogen. Hierbei zeigt sich, dass deutsche Unternehmen bislang vor allem auf traditionelle Informationsdienste wie Nachschlagewerke, Loseblatt-Sammlungen, CD ROMs und ähnliche Publikationen setzen – trotz der wesentlich geringeren Aktualität im Vergleich zu digitalen Informationsdiensten. 57,1 Prozent aller deutschen Unternehmen arbeiten mit solchen Informationsdiensten. Besonders große Bedeutung kommt ihnen im Medienbereich mit 70,6 Prozent zu, wobei hier sicherlich die in diesem Umfeld gebräuchlichen Nachrichtendienste eine wichtige Rolle spielen. Digitale Informationsdienste werden bislang in nennenswertem Umfang nur dann genutzt, wenn sie kostenfrei angeboten werden. 91,1 Prozent aller befragten Unternehmen nutzen solche Dienste. Kostenpflichtige digitale Informationsdienste zur systematischen Recherche werthaltiger Informationen werden bereits von über einem Drittel der Unternehmen (39,3 Prozent) genutzt, in größerem Umfang vor allem im Bereich der Pharma/Chemieindustrie mit 48,0 Prozent. Diejenigen Unternehmen, die solche Dienste aktiv nutzen, stufen diese in der großen Mehrheit als wichtig oder gar sehr wichtig für ihren Geschäftsverlauf ein. Die Untersuchung ergab hier wesentlich höhere Zufriedenheitswerte als bei kostenfreien Diensten beziehungsweise traditionellen Informationsdiensten.

Wichtigste Wissensquelle bleibt für die große Mehrheit aller Unternehmen jedoch das Erfahrungswissen der Mitarbeiter. 94,7 Prozent der Befragten nannten dieses an erster Stelle. Fast ebenso intensiver Nutzung erfreuen sich interne Datenbanken und Intranet-Anwendungen.

Mit 92,7 Prozent liegt dieser Bereich nur knapp hinter dem Erfahrungswissen der Mitarbeiter. Diese deutliche Bevorzugung interner Wissensquellen gegenüber externen ist ein Trend, der sich quer durch alle befragten Branchen zieht.

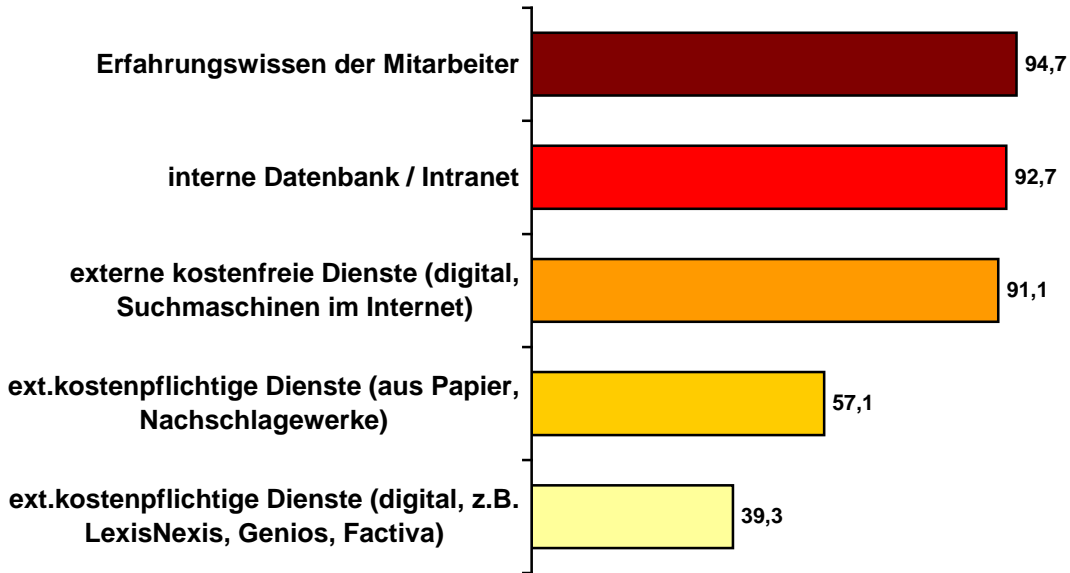


Abb: Welche Formen von Wissensquellen werden in Ihrem Unternehmen genutzt?

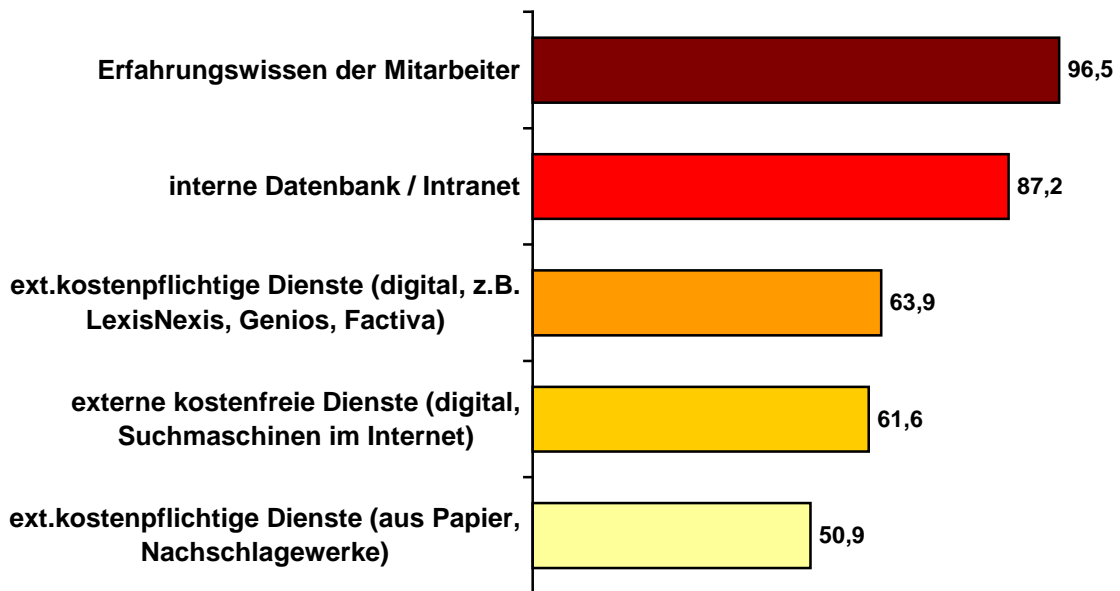


Abb: Wie wichtig sind diese Wissensquellen für Ihr Unternehmen?

Welche Informationen sind gefragt?

Unterzieht man die von außen bezogenen Informationen einer näheren Betrachtung, zeigen sich einige aufschlussreiche Trends. Medienberichte über das eigene Unternehmen sowie Informationen zum Absatzmarkt stellen mit 82,1 Prozent die am häufigsten abgerufenen externen Informationen dar, gefolgt von Analystenberichten und Kundendaten mit 77,2 beziehungsweise 75,9 Prozent. In besonders hohem Maße sind Banken und Versicherungen an den genannten Informationen interessiert. Für Beratungsunternehmen und den Mediensektor spielen die genannten Informationsarten eine weniger zentrale Rolle. Auch bezüglich Rechtsinformationen existieren große branchenspezifische Unterschiede. Das größte Interesse an Rechtsinformationen besteht mit 74,4 Prozent in der Banken und Versicherungsbranche. Beratungsunternehmen sind nur zu 42,2 Prozent an juristischem Wissen interessiert. Schlusslicht der Liste bilden wissenschaftliche Informationen und Forschungsberichte. Ihnen kommt mit 58,3 Prozent eine vergleichsweise geringere Bedeutung zu. Intensiv genutzt werden solche Informationen lediglich in den Branchen Pharma/Chemie (80,9 Prozent) sowie im Bereich Automobil/Maschinenbau (78,7 Prozent).

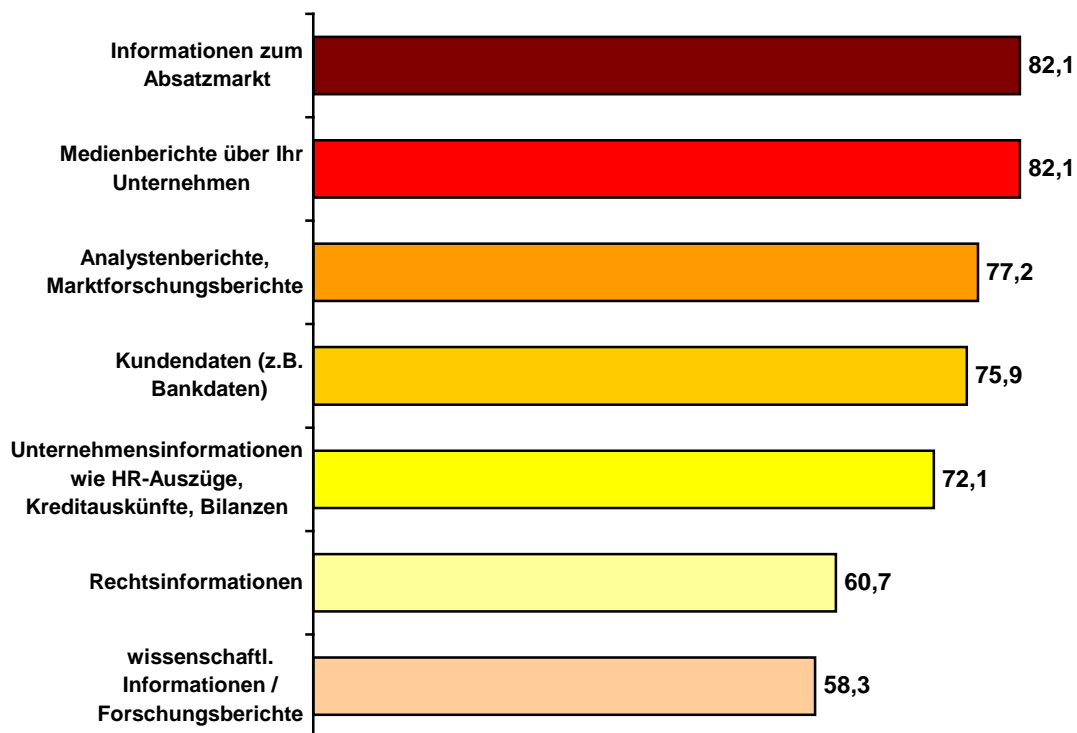


Abb: Welche der folgenden externen Informationen ruft Ihr Unternehmen ab?

Stellen für Wissensmanager

Trotz der Tatsache, dass in diesem Jahr zum ersten Mal der Preis „Wissensmanager des Jahres“ in Deutschland verliehen wurde, ist die Zahl der Stellenangebote für professionelle Wissensmanager derzeit noch überschaubar. Lediglich 23,1 Prozent der befragten Unternehmen verfügen über Stellen für Wissensmanager. In den meisten Unternehmen handelt es sich dabei lediglich um eine einzige Stelle. 8,6 Prozent der Befragten weisen mehr als eine Stelle für Wissensmanagement auf.

Die große Mehrheit – 76,9 Prozent – üben derzeit bei der Einrichtung von Stellen noch Zurückhaltung. In der Medienbranche sind es sogar 88,2 Prozent, im Bereich Automobil/Maschinenbau 86,3 Prozent. Die besten Chancen haben Wissensmanager zur Zeit in der Pharma- und Chemieindustrie sowie im Beratungsgeschäft.

Controlling von Wissensmanagement – Nutzen messen

Die Effizienz-Messung beim Wissensmanagements hat in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen, nicht zuletzt durch die Entwicklung hin zu einem höheren Kostenbewusstsein. 49,8 Prozent der befragten Unternehmen gaben bei der Studie zu verstehen, dass sie erst dann in Wissensmanagement investieren, wenn ein konkreter Nutzen erkennbar und bezifferbar ist. Zwischen den Branchen gibt es bezüglich dieser Grundeinstellung kaum Unterschiede. Anders bei den eingesetzten Controlling-Instrumenten. Regelmäßige Audits finden in 47,1 Prozent der befragten Unternehmen statt. Insbesondere in der Medienbranche ist das Wissensmanagement-Audit als Controlling-Verfahren mit 66,7 Prozent das Instrument der Wahl. Als zweithäufigstes Verfahren wurden bei der Untersuchung Kennzahlensysteme wie beispielsweise die Balanced Score Card genannt. Solche Systeme kommen in 44,3 Prozent der befragten Unternehmen zum Einsatz. In der Pharma- und Chemiebranche sind sie sogar in 56,3 Prozent der befragten Unternehmen zu finden. Zurückhaltung gegenüber Kennzahlensystemen herrscht derzeit noch im Bereich Automobil/Maschinenbau (14,3 Prozent) sowie im Mediensektor (16,7 Prozent). Verrechnungs- und Lenkungspreis-Systeme, bei denen unter anderem mit Bonuspunkten gearbeitet wird, spielen derzeit noch eine untergeordnete Rolle.

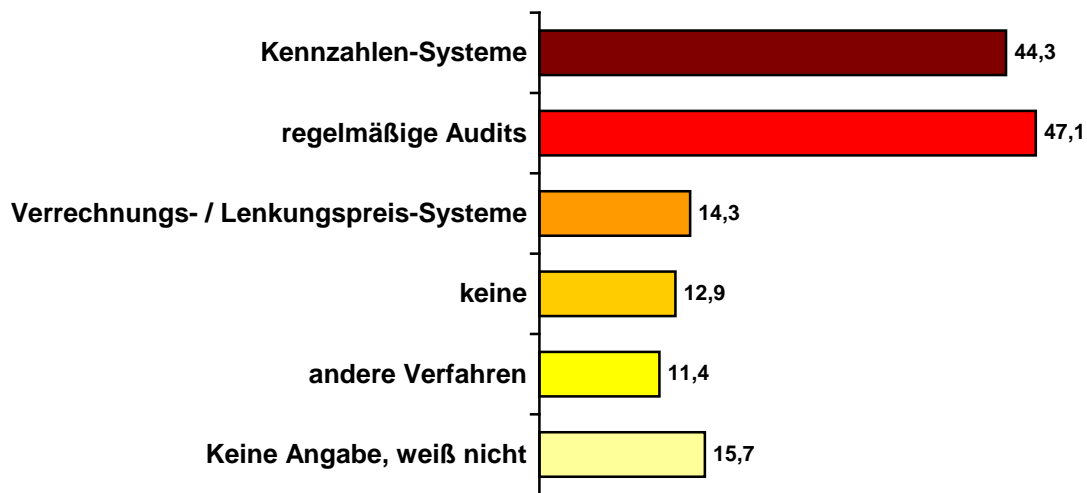


Abb: Welche Controlling-Verfahren setzt Ihr Unternehmen zur Effizienz-Messung des Wissensmanagements ein?

Widerstände gegen Wissensmanagement

Nicht überall wird der Aufbau eines Wissensmanagements begrüßt. 27,1 Prozent der befragten Unternehmen berichteten von Hindernissen, die sich im Unternehmen aus unterschiedlichen Gründen ergaben. In den Branchen Automobil und Maschinenbau ist dieser Widerstand mit 39,2 Prozent deutlich stärker ausgeprägt als in anderen Industriezweigen.

Als problematisch werden vor allem zu hohe Kosten und eine nicht genau erfassbare Erfolgswirkung genannt. 51,2 Prozent beziehungsweise 46,3 Prozent der betroffenen Unternehmen äußerten sich dahingehend. Insbesondere im Bereich Pharma/Chemie sowie im Automobil/Maschinenbau herrscht jedoch auch Angst vor Wissens- und damit Machtverlust. Bei 40 Prozent der betroffenen Unternehmen aus diesen Industriesegmente wurde dies als Grund für Widerstand genannt. Andere Gründe wie Bedenken gegenüber der Informationsflut, wichtigere Faktoren für den Unternehmenserfolg, Personalmangel, zu geringe Größe, Zeitmangel, mangelnde Akzeptanz etc. spielten in den meisten Unternehmen keine zentrale Rolle.

Informationsflut ist derzeit für die wenigsten Unternehmen ein Thema. Lediglich 21,5 Prozent der befragten Unternehmen klagen derzeit über ein Zuviel an Information. Am häufigsten sind mit 31,8 Prozent die Banken und Versicherungen betroffen. Erstaunlich: Im Mediensektor – wo traditionell besonders viele Informationen in kurzer Zeit verarbeitet werden – beklagen sich nur 17,6 Prozent der Befragten über die Informationsflut.

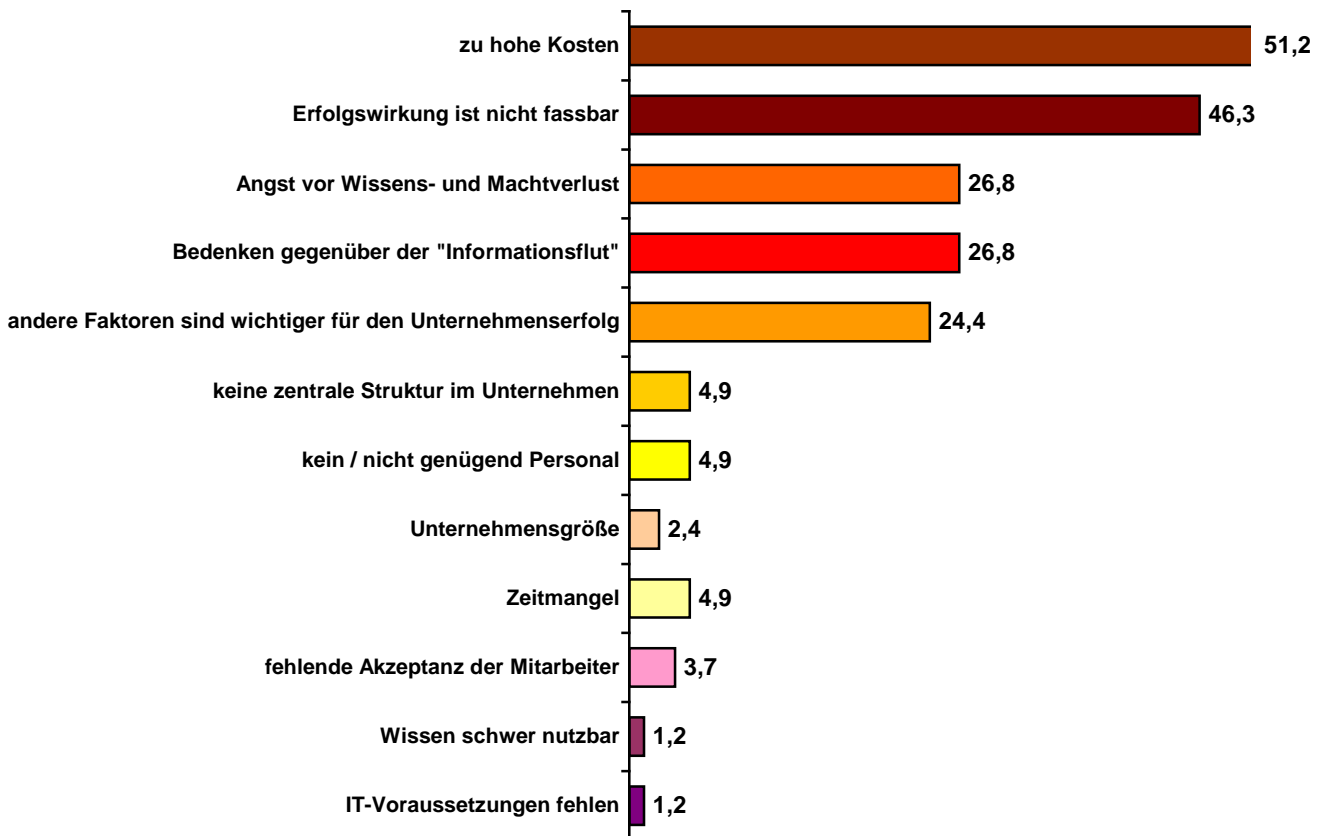


Abb: Hindernisse beim Aufbau eines Wissensmanagements

Die Datenbasis

Die Auswahl der befragten Unternehmen orientierte sich an der tatsächlichen Verteilung der Unternehmen nach Umsatzgröße und Mitarbeiterzahl in den untersuchten Branchen in Deutschland. Bei 47,5 Prozent der Befragten handelte es sich um Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern, 24,8 Prozent der befragten Unternehmen beschäftigen zwischen 500 und 1000 Mitarbeiter, 7,9 Prozent zwischen 1000 und 2000 Mitarbeiter. Weitere 7,9 Prozent der Befragten beschäftigen zwischen 2000 und 5000 Menschen und 11,9 Prozent der Unternehmen weisen mehr als 5000 Mitarbeiter auf.

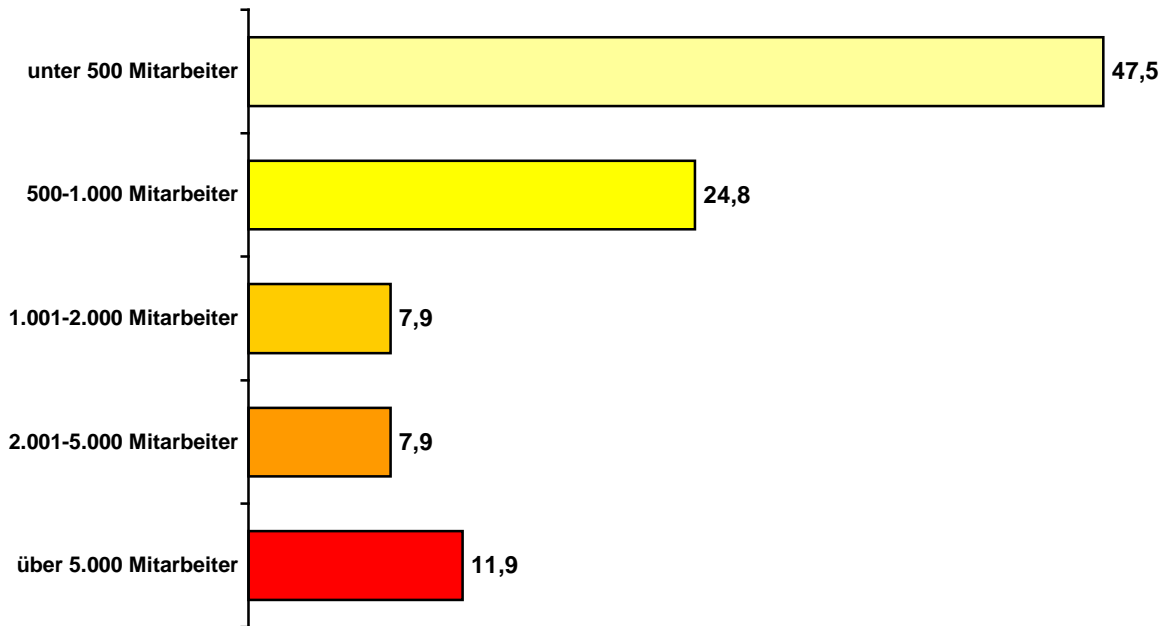


Abb: Befragte Unternehmen nach Mitarbeiterzahlen

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Verteilung der Unternehmen nach Umsatzgrößen. Weniger als 25 Mio. EUR Jahresumsatz wiesen 15,8 Prozent der Befragten auf, 11,2 Prozent lagen zwischen 26 und 50 Mio. EUR, 8,6 Prozent zwischen 51 und 100 Mio. EUR, weitere 14,5 Prozent zwischen 101 und 500 Mio. EUR. Zwischen 501 Mio. und 1 Mrd. EUR erwirtschafteten 5,6 Prozent der Befragten, 21,8 Prozent weisen ein Umsatzvolumen von über einer Milliarde EUR auf. 22,4 Prozent der Befragten wollten oder konnten keine genauen Angaben zur Umsatzgröße ihres Unternehmens geben.

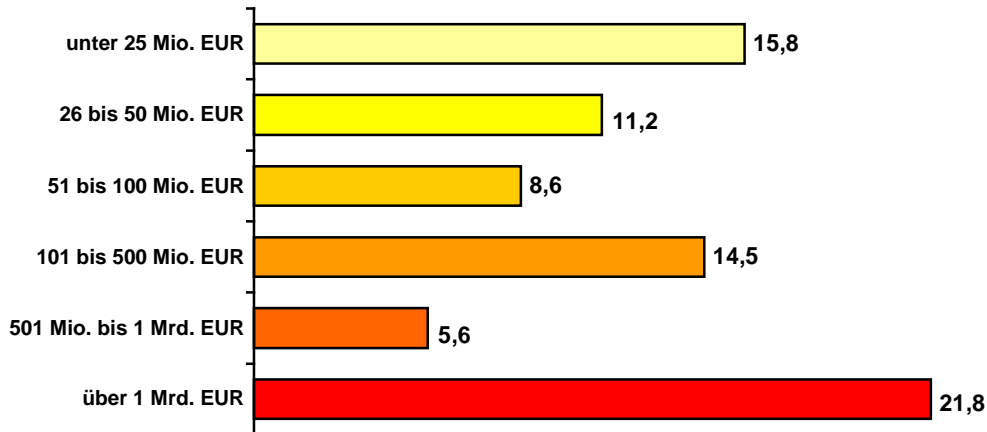


Abb: Befragte Unternehmen nach Umsatzgrößen

Ergänzend zu LexisNexis

LexisNexis ist ein weltweit führender Onlinerecherchedienst, der Presse-, Branchen-, Firmen- und Rechtsinformationen im Volltext aus einer Datenbank von 4,2 Milliarden Dokumenten aus über 36.000 Informationsquellen anbietet. LexisNexis ist ein Unternehmen der Reed Elsevier plc Group [NYSE: ENL; NYSE: RUK] (www.reedelsevier.com), in über 100 Ländern mit 13.000 Mitarbeitern aktiv. Zu dem Unternehmen zählen die weltweit renommiertesten Verlagshäuser im Bereich Rechtsinformation wie Martindale-Hubbell, Matthew Bender, Butterworths, Les Editions du Juris-Classeur, Abeledo-Perrot, Orac sowie MBO Verlag/Münster. Sitz von LexisNexis Deutschland ist Frankfurt und Münster mit ca. 170 Mitarbeitern (www.lexisnexus.de).

Weitere Informationen:

LexisNexis Deutschland GmbH, Zafer Toker, Feldstiege 100, 48161 Münster, Tel.: 02533 / 9300-832, email: zafer.toker@lexisnexus.com
PR-Kontakt: Ketchum, Elke Spieß, Nymphenburger Str. 86, 80636 München, Tel: 089 / 1244 51 29, email: elke.spiess@ketchum.com