

**HANDELSBLATT MACHT SCHULE:** Aktuelle Berichte aus der Welt der ökonomischen Bildung

## Damit kein Wissen verloren geht

An vielen Universitäten kann man das Sortieren und Bewerten von Informationen lernen.

MAREIKE KNOKE

Das menschliche Gehirn hat manchmal fatale Ähnlichkeit mit einem Durchlaufrührer: Es kommt viel Input rein, der Kopf läuft heiß, und im besten Fall fließt nützlicher Output raus. Doch leider bleibt oft nicht viel hängen vom erworbenen Wissen. Was unsere kleinen grauen Zellen bräuchten, wäre ein vernünftiges Wissensmanagement. Nachtspeicherung statt Durchlaufrührer.

Unternehmen haben das gleiche Problem. Durch das ständige Kommen und Gehen geht ihnen wertvolles Wissen über Kunden, Branchen, die Konkurrenz und die eigenen Stärken verloren. Erst wenn Kollege X das Unternehmen verlassen hat, fällt auf - oh, Schreck! -, dass man sein umfangreiches Fachwissen beizeiten hätte dokumentieren, archivieren und dem ganzen Unternehmen via Intranet oder Datenbanken auch für die Zukunft hätte zugänglich machen müssen.

Hier sind Profis gefragt, die implizites Wissen explizit machen und ebenso Wissen von draußen nach drinnen holen, wie es Professor Martin Michelson, Dekan des Fachbereichs Informations- und Wissensmanagement (IuW) an der Fachhochschule Darmstadt, ausdrückt. „Denn die Firma setzt sonst einen möglichen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz aufs Spiel.“ Clevere Wissensverwalter mit Weitblick wachsen unter anderem an der FH heran. „Im Gegensatz zu Wirtschafts-



Veraltete Karteikartensysteme können Mitarbeiter zur Verzweiflung bringen. Heute organisieren Wissensmanager Informationen viel effizienter.

formatikern kreieren unsere Studenten nicht nur Informationssysteme im technischen Sinne, sondern verfügen nach der Ausbildung über Branchenkenntnisse, mit denen sie umfassende inhaltliche Analysen durchführen können“, sagt Michelson.

Sandra Müller, 23 Jahre jung und IuW-Studentin im fünften Semester, ist in Darmstadt auf dem besten Weg zur Wissensmanagerin. Ihr Praxissemester verbringt sie beim Frankfurter Flughafenbetreiber Fraport AG. „Das Wissensmanagement wird dort gerade neu aufgebaut“, berichtet sie. „Wir erarbeiten unter anderem eine Expertendatenbank fürs Intranet.“ Großen Spaß macht ihr auch die technische Seite: das Programmieren, das Erstellen von Datenbanken. Darauf habe sie das praxisorientierte Studium an der FH gut vorbereitet.

Im Hauptstudium entscheidet man sich dann für den Schwerpunkt Bibliothek, Chemie-Information, Medieninformation oder Wirtschafts-

formation. „Das Praxissemester“, urteilt Sandra Müller, „gibt die Chance, schon mal in die Branche hineinzuschnuppern, die einen interessiert.“ Ihrem Kommilitonen Jochen Rupp gefallen vor allem die semesterbegleitenden Projekte für große Unternehmen, mit denen die FH kooperiert.

### INFO-KASTEN

**Informationsmanagement** kann man unter dieser oder ähnlicher Bezeichnung an rund 20 Hochschulen in Deutschland studieren, oft als Bachelor- und Masterstudiengang; u.a. FH Darmstadt, Uni Konstanz, Hochschule der Medien Stuttgart, FH Köln, Humboldt-Uni Berlin, Uni Hildesheim.  
Weitere Informationen: [www.wissensmanagement-gesellschaft.de](http://www.wissensmanagement-gesellschaft.de) [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

„Deutsche Telekom, BASF, RTL, ZDF, Deutsche Bank“, zählt er auf. „So steigen unsere Chancen, nach dem Studium einen Job zu finden.“

Auf diese Weise gelangte Absolvent Stefan Zillich nach einem Studien-Projekt für die Deutsche Bank als Research Analyst zu einer Investmentbank. Hier ist er für die Recherche und Verwaltung von Informationen über Märkte und Regionen zuständig. Dennoch: Viele Unternehmen, die während des großen Hypes ums Wissensmanagement in den 90-ern fleißig Personal für den neu geschaffenen Bereich einkauften, haben ihre Aktivitäten wegen der Konjunkturschlappe zurückgeschraubt.

„Die Unternehmen wollen kein Geld dafür ausgeben, weil sich der Nutzen dieser nicht sofort in Euro und Cent ausrechnen lassen. Unternehmenswerte oft erst langfristig niederschlägt“, kritisiert Ulrich Schmidt, Präsident der Gesellschaft für Wissensmanagement und Senior Refer-

ent für genau diesen Bereich beim Energieriesen EnBW in Karlsruhe. Also machen den Job vielerorts schlecht bezahlte Praktikanten.

Wer doch ein wenig Geld ausgeben will, beauftragt externe Firmen. Davon profitieren Agenturen wie die Information Experts. Dahinter stecken Bernd Künstler und Patrizia Galbucci, ebenfalls Absolventen der FH Darmstadt, die sich vor fünf Jahren als Information Broker selbständig machten. Seither sondieren sie beispielsweise für Baumärkte das europäische Marktterrain oder recherchieren für die Firma X Informationen über die Firma Y. „Man lernt dabei selbst noch viel Neues dazu“, sagt Künstler. „Und es ist spannend zu sehen, wenn durch unsere Recherche wenig später in der Wirtschaft ein großer Deal zustande kommt.“

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie unter: [www.handelsblattmacht-schule.de](http://www.handelsblattmacht-schule.de)

## Viele Firmen kennen ihre Konkurrenten kaum

Studenten nehmen den Mittelstand unter die Lupe

JANINA WERMTER

Der Konkurrent, das unbekannte Wesen? Zumindest für mittelständische Firmen gilt: Was die Konkurrenz tut, um Kunden zu gewinnen, ist nicht genau bekannt. Das ist das Ergebnis einer Studie über Competitive Intelligence, kurz CI, die Studenten der Fachhochschule Köln erstellt haben. Ihr Thema lautete: „Einsatz und Erfolge von CI im deutschen Mittelstand“.

Doch was genau verbirgt sich hinter diesem Fachbegriff? In der Literatur wird CI als legale Wirtschaftsspionage umschrieben, wenn das unternehmerische Handeln von Wettbewerbern erforscht wird. Themen sind unter anderem neue Technologien, Patente, Produkte und Kundenerwartungen.

Große Unternehmen machen das schon länger. Und wie es bei den Mittelständlern aussieht, wissen nun die Studenten des siebten Semesters Informationswissenschaft an der FH Köln. Mit den Ergebnissen belegten sie den ersten Platz beim Recherche-wettbewerb „Request“ der Society of Competitive Intelligence Professionals, nach eigenen Angaben der bekannteste CI-Verband in Deutschland mit rund 4 000 Mitgliedern.

Vier Wochen hatten die Studierenden Zeit, das Thema zu bearbeiten. Grundlegende Informationen waren zunächst wichtig: Was tun mittelständische Unternehmen bislang, um sich über ihre Wettbewerber zu informieren? Was sind die Vor- und Nachteile der Nutzung von externen Angeboten? Was brauchen CI-Anbieter, um den Ansprüchen des Mittelstands gerecht zu werden?

Eine Erkenntnis der Studie ist, dass

viele Unternehmer noch gar nicht in der Materie stecken. „Sie wissen zwar, wer ihre direkte Konkurrenz ist, aber die Hintergründe mit weiterführenden Angaben, beispielsweise zum Kundenverhalten der Konkurrenz, fehlen ihnen. Das könnten Informationen sein, die dem Unternehmen Wettbewerbsvorteile verschaffen“, beschreibt Jana Dehne, eine der Gewinnerinnen des Request-Wettbewerbs. Ein Nachteil ist jedoch, dass die existierenden CI-Angebote für Mittelständler zu teuer seien.

Informationen suchten sich die Studenten unter anderem in Datenbanken, im Internet und aus eigenen Quellen. „Leider war das gar nicht so einfach, denn Informationen zu CI sind rar gesät“, berichtet Jana Dehne. Zusammen

mit ihren Kommilitoninnen hatte sie unter anderem die so genannte Markus-Datenbank (Marktuntersuchungen) ausgewertet. Dort sind viele deutsche Unternehmen unterschiedlicher Branchen aufgelistet. Die Projektgruppe sprach mit 33 von ihnen, um sie zu ihrem Umgang mit CI zu befragen. Es stellte sich schließlich heraus: Mittelständler kennen zwar ihre Mitbewerber, aber sie bewerten und gewichten diese Informationen nicht systematisch, um Nutzen daraus zu ziehen.

Die FH Köln gehört mit 18 000 Studierenden zu den größten Fachhochschulen in Deutschland. Sie ist international ausgerichtet: Etwa 3 000 Studierende aus 93 Nationen lernen und arbeiten hier zurzeit.

Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie unter [www.fh-koeln.de](http://www.fh-koeln.de)



## Praxis kommt jetzt in Ihre Schule ...

Der Exklusiv-Service für Ihren Wirtschaftsunterricht:

Die Handelsblatt-Initiative „Mitarbeiter machen Schule“ ist die Plattform für den direkten Austausch zwischen Schule und Wirtschaft. Engagierte Mitarbeiter unserer Kooperationspartner diskutieren mit Ihren Schülern aktuelle Wirtschaftsthemen, berichten live aus der Unternehmenspraxis und gewähren spannende Einblicke hinter die „Kulissen der Arbeitswelt“.

Jetzt bis zum 15.02. bewerben\* unter: [www.handelsblattmacht-schule.de](http://www.handelsblattmacht-schule.de)  
\* Für die Veranstaltungen können sich Klassen der Stufe 10 bis 13 bundesweit bewerben.



Handelsblatt

„Handelsblatt macht Schule“, die Initiative zur Förderung der ökonomischen Bildung an Schulen, wird unterstützt von:

Substanz entscheidet.



Foto: Franz

## World MBA Tour 2006

### Spezialisierung die sich auszahlt!

Die Absolventen unserer Studiengänge sind hoch gefragte Spezialisten in ihrem Unternehmen, da sie ihr Handwerk verstehen und kompetent anwenden.

#### Master of Global Management

FIBAA-akkreditierter Studiengang für Ihre internationale Karriere in Kooperation mit der FH Koblenz und dem twi Koblenz, mit französischem Doppelabschluss der CESI.

#### Change Manager

Wenn Sie den Wandel wirklich gestalten wollen.

#### PMP® Projektmanager

Umfassendes Projektmanagement-Wissen und Ihre optimale Vorbereitung auf die PMP®-Prüfung.

Weitere Infos erhalten Sie von Helene Sauer unter 02622 905 660 bzw. [sauer@ewa-demos.com](mailto:sauer@ewa-demos.com).

Jetzt bewerben für den Start im Frühjahr 2006!

Seminarzentrum Schloss Sayn  
Schlossstr. 100, 56170 Bendorf-Sayn

[www.ewa-demos.com](http://www.ewa-demos.com)



## WHL 71 Universitätsstudium



### neben dem Beruf

#### Master Finance and Banking (M.A.)

Qualifizieren Sie sich für Führungsaufgaben in der Finanzbranche und bleiben Sie während Ihres Studiums in vollem Umfang berufstätig.

WHL Wissenschaftliche Hochschule Lahr  
Staatlich anerkannt · Eine Hochschule der AKAD-Gruppe.  
Telefon 0 78 21/92 38 50

[www.whl-lahr.de](http://www.whl-lahr.de)



## INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL DUAL DEGREE GLOBAL EXECUTIVE MBA

Studienteilnehmer der GSBÄ durchlaufen ein innovatives und praxisbezogenes Studienprogramm und setzen es effizient, kompetent und karriereförderlich ein!

**Karriereorientiert**  
Einführung in interkontinentale Management-Kulturen – direkter und nachhaltiger Kompetenzgewinn!

**Einzigartig**  
Campus am Zürichsee, moderne Infrastruktur, deutsch- und englischsprachige Studienprogramme.

**Zwei MBA-Diplome**  
Ein MBA-Diplom von der GSBÄ Zürich (Europa) und eines von der Robert H. Smith, School of Business, University of Maryland (USA).

**Diplomstudiengänge an der GSBÄ Zürich:**

- Executive MBA
- Executive BBA
- Betriebsökonom, dipl. oek.
- PPM (Projekt- & Produktmanager)
- PhD (Research Degree/Dr.)
- Master of Science (Logistics)
- Master of Science (Marketing)
- Master of Science (MIS)
- Master of Science (Finance)
- Master of Science (HRM)

Graduate School of Business Administration Zürich  
Postfach 6584 CH-8023 Zürich  
Tel. +41 (0)44 226 99 99 Fax +41 (0)44 226 99 98  
info.DHB@gsba.ch [www.gsba.ch](http://www.gsba.ch)



## Executive MBA an der TU München

Studieren Sie an einer der führenden Universitäten Deutschlands. Nehmen Sie teil am Executive MBA-Programm iCommunicate! und qualifizieren Sie sich besonders in den Themenfeldern Kommunikation und Führung:

- 15 Monate
- berufsbegleitend, Blöcke von 6 bis 12 Tagen
- maßgeschneidertes Curriculum
- über 80 nationale und internationale Dozenten
- Know-how-Transfer durch Top-Experten aus der Wirtschaft
- Partnerhochschulen in den USA
- attraktives Rahmenprogramm
- max. 20 Teilnehmer

Informieren Sie sich!  
Tel.: +49 (0) 89 - 28 92 84 74  
[www.communicate-program.de](http://www.communicate-program.de)

Technische Universität München  
Programm iCommunicate!  
Arcisstr. 21, D-80333 München  
[contact@communicate.tum.edu](mailto:contact@communicate.tum.edu)

Eine Qualifizierungsinitiative von Bertelsmann Stiftung | Heinz Nixdorf Stiftung | DaimlerChrysler-Fonds | Technische Universität München