



Unternehmerische Wissensgemeinschaften

Anspruch und Wirklichkeit

Teil 1

- Kurze Geschichte des KNO (Kunststoffnetzwerk Ostregion)
 - Drei Arbeitsgruppen, ein Erfolg
 - KNO als Basis eines neuen Projektes: GKmiT

Teil 2

- Das Businessmodell als Rahmensteuerung
- Die Entwicklungsplattform als Kristallisationspunkt

Teil 3

- Feedback und Evaluation
- Hypothesen und Perspektiven

1.1. Ein Mensch ist dahinter

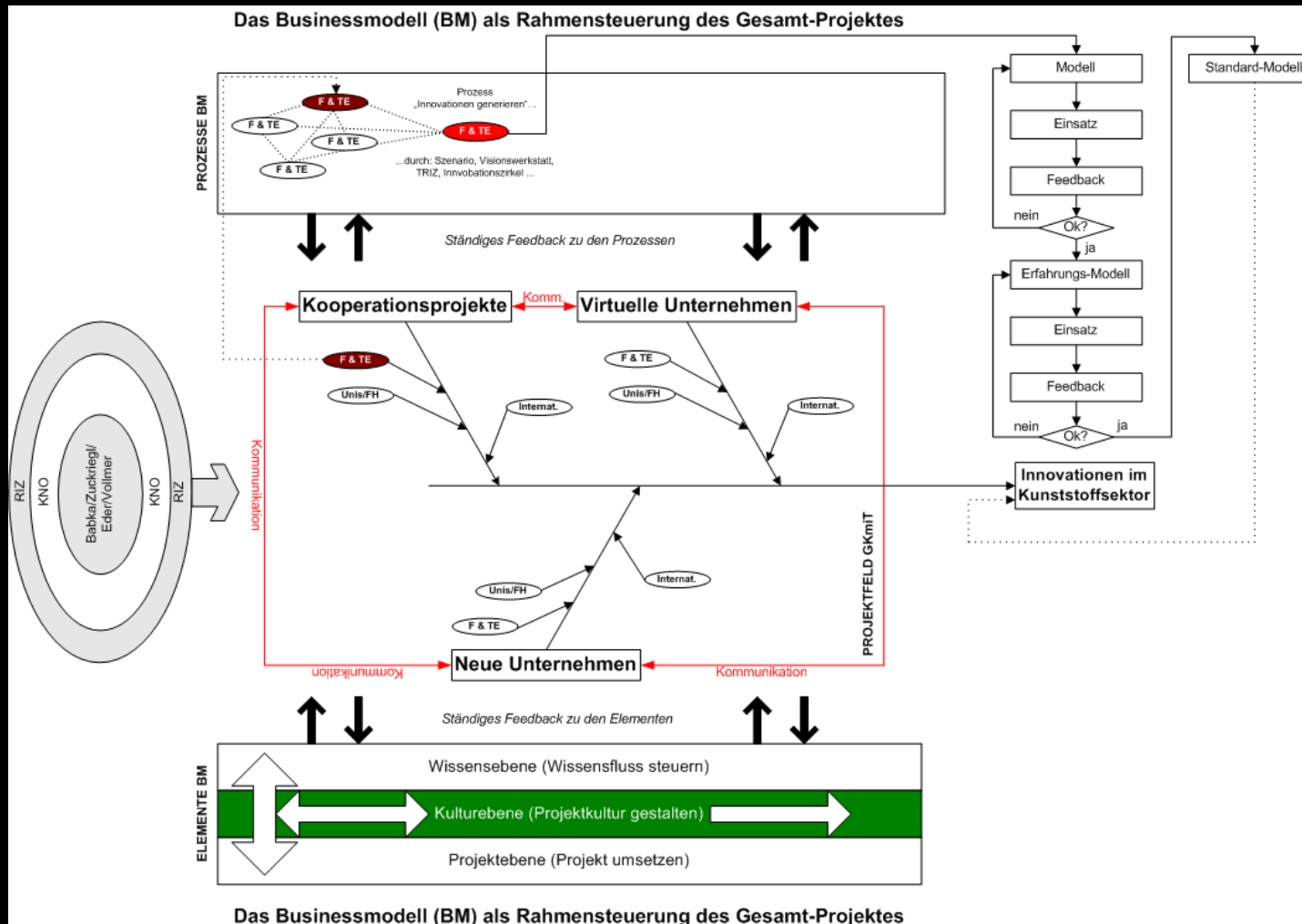
- Ewald Babka, ein „Regionaler Technologiemanager“ spricht mit Unternehmer/innen
- Vom Impulsmeeting im März 2002 zur ARGE am 26.9. 2002
„Besseres Kennenlernen, gemeinsame Projekte“
- Drei Arbeitsgruppen, ein Erfolg: PIM (Pulverspritzguss)

1.2. Basis für ein neues Projekt

- Förderung von Innovationen und Unternehmens-Gründungen
 - GKmiT: Gründung Kunststoff mit innovativen Technologien
 - Neuer Projektträger: RIZ Regionale Innovationszentren NÖ

2.1. Das Businessmodell

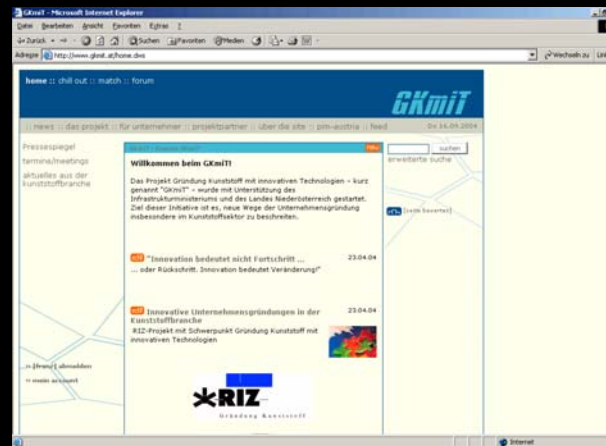
„Das Businessmodell als ganzheitliche Rahmensteuerung des Projektes GKmiT“



2.2. Die Entwicklungsplattform

Die Entwicklungsplattform forciert einen wesentlichen Treiber funktionaler Organisationskultur:

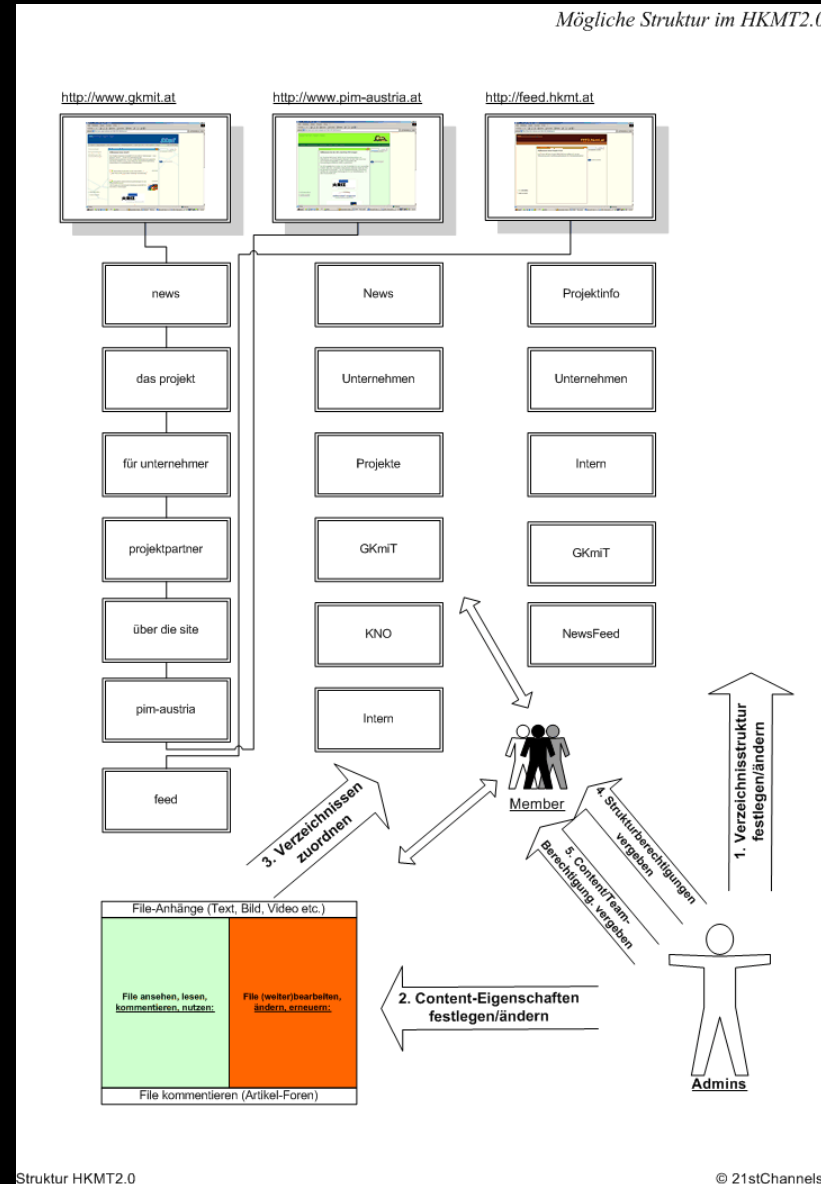
die Nutzung des Wissens aller Beteiligten



Die Entwicklungsplattform leistet im Konkreten:

- Darstellung des Unternehmens/Projekttes nach außen
- Informationsaustausch innerhalb des Unternehmens/Projekttes
- Expertenforum und Wissensbörse

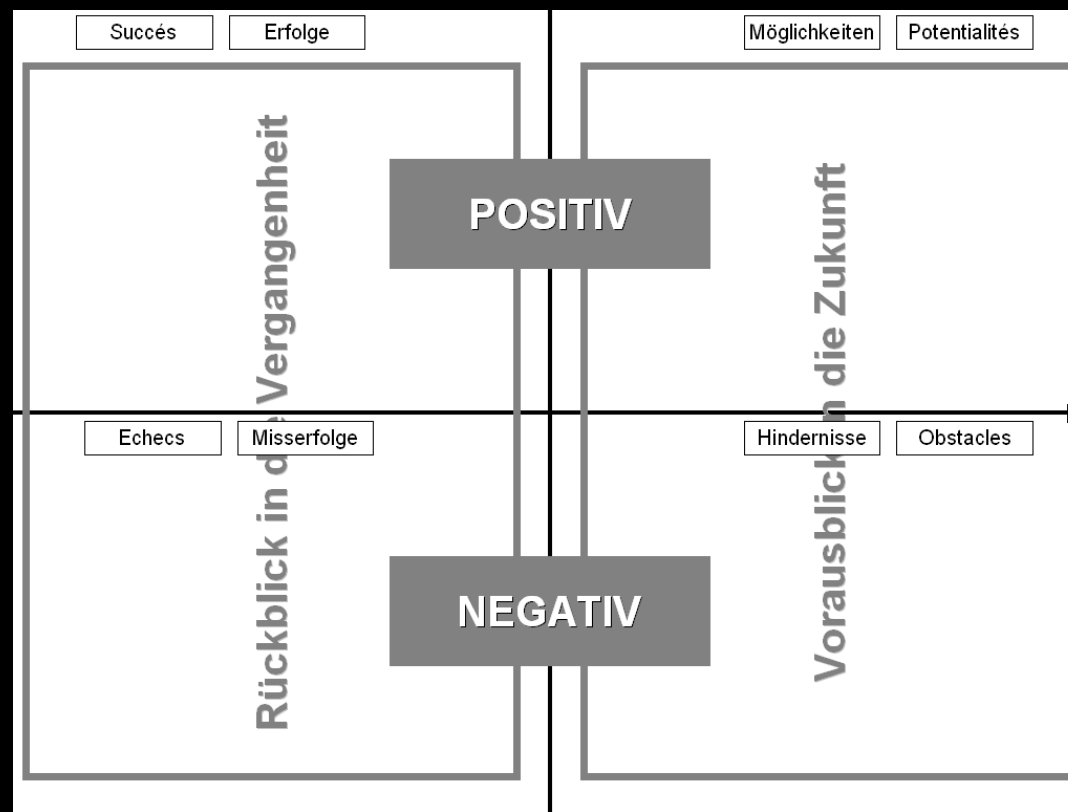
Struktur & Workflow



3.1. Feedback und Evaluation

→ Selbst-Evaluation (BM, Storys, Fragebögen, Gespräche)

→ Fremd-Evaluation (Fragebogen, Analyse, Gespräch)



© SEPO-Analyse für GKmit: Kotsantin Melidis, ÖAR

3.2. Hypothesen & Perspektiven

Ausprägung von Wissensgemeinschaften im Business-Sektor:

1. Hohes Zielbewusstsein
2. Großes strategisches Verständnis
3. Höhere „Sanktionsmacht“ ggü. Mitarbeitern
4. Besseres „Verteidigungsarsenal“ der Mitarbeiter
5. Erfolgsfaktor Praxisrelevanz
6. Risikofaktor Phantasielosigkeit
7. Risikofaktor Kulturbruch
8. „Weiche Faktoren“ (Kultur, Wissen) werden wichtiger
9. Integration der Anspruchsgruppen strategisch entscheidend
10. *„Es gibt nichts Gutes, außer man tut es.“* (E. Kästner)

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



www.21stchannels.com

Infos zum Thema:

Franz Zuckriegl, +43 699 100 33 816, fz@21stchannels.com

Literaturempfehlungen zu den Themen Wissensmanagement, Unternehmenskultur, Netzwerke

Schneider, Ursula: **Die 7 Todsünden im Wissensmanagement**. Kardinaltugenden für die Wissensökonomie, Frankfurt/Main, FAZ Buch, 2001

Romhardt, Kai: **Wissen ist machbar**. 50 Basics für einen klaren Kopf, München, Econ Verlag, 2001

Jochheim, Sandra: **Von der Unternehmenskultur zum Netzwerk von Subkulturen**, Marburg, Metropolis-Verlag, 2002

Jost, Hans Rudolf: **Unternehmenskultur**. Wie weiche Faktoren zu harten Fakten werden, Orell Füssli Verlag, Zürich, 2003

Frenzel, Karolina / Müller, Michael / Sottong, Hermann: **Storytelling**. Das Harun-al-Raschid-Prinzip, München, Carl Hanser Verlag, 2004

Sydow, Jörg (Hrsg.): **Management von Netzwerkorganisationen**, 3. Aufl., Wiesbaden, Gabler Verlag, 2003

Graggober, Marion / Ortner, Johann / Sammer, Martin: **Wissensnetzwerke**. Konzepte, Erfahrungen und Entwicklungsrichtungen, Wiesbaden, DUV, 2003

Eigner, Christian / Leitner, Helmut / Nausner, Peter / Schneider, Ursula: **Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes**, Graz, Nausner & Nausner Verlag, 2003

Kontakt: Franz Zuckriegl, +43 699 100 33 816, fz@21stchannels.com