

præview



Innovation im Generationendialog: Die demografische Chance

Eine Initiative des Bundesministeriums
für Bildung und Forschung

Wissenschaftsjahr 2013

**DIE DEMOGRAFISCHE
CHANCE**

„Wo ist all das Wissen hin?“

Förderung der Kommunikation zwischen den Generationen in Unternehmen zur Wissenssicherung

Anne Kathrin Schaar, André Calero Valdez, Denise Eraßme, Ann-Kathrin Löcker, Jens Hofmann, Eva-Maria Jakobs, Martina Ziefle

Drohender Wissensverlust durch demografischen Wandel?

Kleine und mittlere Unternehmen werden zunehmend mit den Auswirkungen des demografischen Wandels (Ruhestandswelle hoch qualifizierter Experten) und sich verändernder Erwerbsbiografien (neue Arbeitszeitmodelle, hohe Mobilität, Telearbeit, Elternzeit etc.) konfrontiert. Wie sich dies konkret auf Unternehmen auswirken kann und welche Möglichkeiten auf Unternehmensseite im Umgang mit diesen neuen Herausforderungen bestehen, ist Gegenstand des Projektes „iNec – Innovation durch Experten-Communities im demografischen Wandel“.

Betroffen von den Auswirkungen des demografischen Wandels ist auch die GEA Farm Technologies GmbH, die aufgrund von Altersteilzeit und Ruhestand in den nächsten Jahren viele Wissensträger verlieren wird. Dadurch, aber auch durch eine zunehmende Internationalisierung und alternative Arbeitszeitmodelle, ist der nachhaltige Austausch unter den Mitarbeitern und damit auch der Wissens- und Erfahrungstransfer erheblich erschwert. Aus diesem Grund setzt das Unternehmen auf die gezielte Vernetzung aller Mitarbeiter durch den Einsatz einer (webbasierten) Experten-Community.

Jens Hofmann, GEA Farm Technologies Academy: „Wir haben unterschiedliche Einflüsse des demografischen Wandels hinzunehmen. Einerseits haben wir ein sehr spezialisiertes Fachgebiet, in dem auch Spezialwissen und eine passende Ausbildung notwendig sind, die dann bei unseren Kunden angewandt werden müssen. Zum anderen haben wir genau wie andere Unternehmen auch immer mehr ältere Mitarbeiter, die ihr Wissen neuen, jüngeren Mitarbeitern weitergeben müssen.“

Experten-Communities erhalten bestehendes Wissen

Das Verbundprojekt iNec versucht, über die nutzerzentrierte Gestaltung einer Online-Community im Arbeitskontext an den Erfolg privater sozialer Netzwerke (wie z. B. Facebook) anzuknüpfen. Dazu wird eine virtuelle lebensphasenorientierte Community-Plattform mit einem neuartigen Personalentwicklungskonzept verknüpft. Der Community-Ansatz soll dabei dem drohenden Wissensverlust entgegenwirken. Zu prüfen bleibt, ob über ein Community-Konzept Wissen und Erfahrungen verrenteter Experten erhalten und für Beschäftigte weiter nutzbar gemacht werden können.

Ulrich Rassenhövel, Vice President Sales Germany der GEA Farm Technologies: „Die Chancen einer Community-Plattform sehe ich in dem Moment, wenn wir versuchen, den Erfahrungsschatz von langjährigen Mitarbeitern auf deren Nachfolger zu projizieren. Es ist für uns wichtig, möglichst viele Inhalte zu dokumentieren und festzuhalten, damit die Kollegen sie nachhaltig nutzen und davon profitieren können.“

Dringender Bedarf für Wissenssicherung in deutschen KMU

Die Situation der GEA Farm Technologies steht stellvertretend für viele kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland, die sich den Herausforderungen des demografischen Wandels, nämlich alternde Belegschaften und Fachkräftemangel, stellen müssen. Firmen wie GEA müssen diesen Veränderungen mit Lösungen für Wissenssicherung und -transfer begegnen, um auch zukünftig ihre Wettbewerbsfähigkeit national wie international aufrecht zu erhalten. Die Experten-Community soll in diesem Zusammenhang einen konkreten Mehrwert für die Steigerung von Kommunikation und Wissen im Unternehmen bieten.

Nutzerzentrierte Entwicklung sichert Akzeptanz der Mitarbeiter

Da der Erfolg eines technischen Systems von der Akzeptanz potenzieller Nutzer abhängig ist, stehen insbesondere Motivation und Usability (Nutzbarkeit und Nützlichkeit) im Vordergrund. Ziel ist es, die Bedürfnisse möglicher Nutzer mit in die Community-Entwicklung zu integrieren. Virtuelle Communities als technisierte Kommunikationsform soziotechnischer Systeme werden gleichzeitig von technischer Realisation, Nutzungskontext und Individuum beeinflusst. Eine ganzheitliche Betrachtung ist somit zwingend erforderlich.

Deshalb beschäftigt sich das Human-Computer Interaction Center mit der nutzerzentrierten Community-Gestaltung. Besondere Berücksichtigung findet hierbei die Diversität (wie vor allem das Alter) von Belegschaften und damit einhergehende technische Anforderungen. Das Vorgehen baut dabei auf Untersuchungen von Web 2.0-Nutzung auf, welche bereits Nutzertypen und entsprechende Anforderungen identifiziert haben. Außerdem werden Erkenntnisse der Technikakzeptanzforschung über Einflussgrößen, wie zum Beispiel das Alter, Präferenzen der Mediennutzung und generelle Technikexpertise, berücksichtigt. Zusätzlich werden diese um spezifische Einflussgrößen wie beispiels-



Anne Kathrin Schaar, André Calero Valdez, Denise Eraßme, Ann-Kathrin Löcker

weise Etikette in einer virtuellen Community ergänzt.

Im Herbst 2012 befragte das HCIC 61 Arbeitnehmer, unter welchen Voraussetzungen sie im beruflichen Kontext Soziale Netzwerke nutzen würden. Erste Ergebnisse zeigen, dass bei Beschäftigten unterschiedlicher Branchen grundsätzlich Interesse an Community-Konzepten besteht. Gleichzeitig klingt aber durch, dass Systeme leicht bedienbar sein müssen und Unterstützung beim Erlernen der neuen Systeme benötigt wird. Gerade ältere Mitarbeiter und Rentner äußern neben Offenheit für Neuerungen auch Sorgen vor einer komplizierten Bedienbarkeit des Systems (s. Abb.). Ein schwer nutzbares System wird in Form von Nicht-Nutzen der Community schlichtweg abgelehnt. Aussagen wie diese bestärken das nutzerzentrierte Vorgehen und unterstreichen die Notwendigkeit der Integration von Nutzern in den Entwicklungsprozess.

Auch in Hinblick auf Motivations- und Anreizsysteme müssen Nutzerpräferenzen berücksichtigt werden. Persönlichkeit und Leistungsmotivation spielen eine Rolle bei der Akzeptanz von eben solchen Systemen. Nicht jeder Nutzer möchte beispielsweise über Punktesysteme oder finanziell extrinsisch motiviert werden.

Nur ein maßgeschneidertes Usability-, Motivations- und Verstärkerkonzept kann eine hohe Akzeptanz für eine Realisierung sichern. Die nutzerzentrierte Community-Gestaltung kann also dazu beitragen, ein Werkzeug zu entwickeln,



Jens Hofmann, Eva-Maria Jakobs, Martina Ziefle

welches KMU in Deutschland dazu befähigt, Wissen zu bewahren und Innovationsfähigkeit zu erhalten und zu steigern.

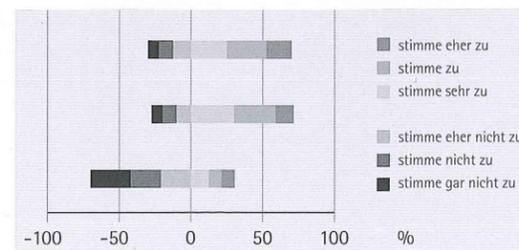
Die Autoren

Denise Eraßme, M.A., Ann-Kathrin Löcker, B.A. M.A., Anne Kathrin Schaar, M.A. und Dipl.-Inform. André Calero Valdez sind wissenschaftliche Mitarbeiter im Human-Computer Interaction Center der RWTH Aachen und Mitarbeiter bei der Professur für Textlinguistik und Technikkommunikation und der Professur für Communication Science.

Dipl. Oec. Jens Hofmann ist Manager der GEA Farm Technologies Academy. Er ist verantwortlich für die fachliche Aus- und Weiterbildung in den Vertriebsgesellschaften. jens.hofmann@gea.com

Prof. Dr. Eva-Maria Jakobs ist Professorin für Textlinguistik und Technikkommunikation, Prof. Dr. Marina Ziefle für Communication Science an der RWTH Aachen University. Sie sind Mitbegründerinnen des Human-Computer Interaction Centers an der RWTH.

Wenn ein SNS schwer zu nutzen ist, würde ich es nicht nutzen.
Ich würde ein SNS nur nutzen, wenn es auf meine Firma zugeschnitten ist.
Für mich wäre es ein Anreiz ein SNS zu nutzen, wenn dabei Geld für mich rauspringt.



Studie zur Nutzungsmotivation von Sozialen Netzwerken (SNS) im Arbeitskontext (N=61)

