

Ich lerne ... also bin ich dumm!

Wer gibt schon gerne seine eigene Unfähigkeit oder sein Unwissen zu! Es ist nicht gesellschaftsfähig, ungebildet zu sein – ja sogar ein Makel. Trotz vieler Aussagen wie: „Lebenslanges Lernen“ – „Lernende Organisation“ – „Das Wissen verdoppelt sich alle zwei Jahre“ – usw. usw. Diese Aussagen müssten eigentlich alle dazu anspornen, täglich zu lernen, täglich ihr Wissen zu erweitern, täglich neues auszuprobieren, täglich ...

In jedem Unternehmen gibt es eine mehr oder weniger große Minderheit, die aus Prinzip nicht lernen will oder kann. Sie argumentiert mit Killerphrasen wie ABUGA (Aber Bei Uns Ganz Anders) und findet tausend Gründe, warum eine Veränderung weder möglich noch sinnvoll ist:

- Das haben wir immer schon so gemacht ...
- Da könnte ja jeder kommen ...
- Haben wir alles schon mal versucht ...
- Gute Idee, klappt aber bei uns nicht ...

Nicht selten ist auch folgende Grundhaltung anzutreffen: Was nicht in meinem Dunstkreis entstanden ist, darf bzw. kann gar nicht gut sein. Dies führt in der Praxis dazu, dass „das Rad immer wieder neu erfunden“ wird. Wesentlich intelligenter wäre der Ansatz: „Klau – schau – wem“, denn meistens existiert bereits eine Vielzahl anwendbarer Problemlösungen. Die Kunst liegt hier darin, vorhandene Lösungen kreativ zu adaptieren oder zu kombinieren.

Andererseits wird Wissen vielfach grob fahrlässig verschwendet. Nach einer Studie des Instituts für Lernende Organisation nutzen Unternehmen nur 40 % des Wissens ihrer Mitarbeiter. Während bei Kostensenkungen um die Stelle nach dem Komma gekämpft wird, leistet man sich hinsichtlich leistungssteigernder Maßnahmen eine Wissensverschwendung in Höhe von 60 %. In der Zukunft wird das vorhandene und genutzte Wissen zum Rohstoff und entscheidenden Erfolgsfaktor im Wettbewerb. Auch hier gilt: „Wer zu spät kommt, den bestraft der Markt!“

Wissen erhält Macht, aber nur dann, wenn ich mein Wissen taktisch weitergebe oder auch nicht weitergebe. Dieser WHID-Faktor (Was Habe Ich Davon) ist nur allzu menschlich, denn in jedem Unternehmen gibt es nicht viele Mutter Therasas. Folglich müssen Lehren, Lernen und Wissensaustausch so organisiert sein, dass es zu Wertschöpfungspartnerschaften kommt – Partnerschaften mit beidseitigem Nutzen und mit Win-Win-Situationen.

Wissen braucht Kommunikation – denn diese ist der kritische Erfolgsfaktor. Gute Kommunikation heißt beispielsweise zu wissen, wer in der Organisation an welchen Themen arbeitet und wo die Wissensträger im Unternehmen sitzen. „Wissen ohne Ordnung ist Hausrat auf einem Leiterwagen“ hat Jakob Lorenz formuliert.

Wissen überwindet Grenzen – vor allem in unserer medientechnisch hoch gerüsteten Zeit. Die Welt ist durch das Internet kleiner und transparenter geworden. Informationen stehen global und abrufbereit zur Verfügung. Die Konsumenten werden kundiger und immer anspruchsvoller. Es wächst eine Generation heran, für die Kommunikation, Information und der Einkauf im Internet Selbstverständlichkeiten sind. Diese „Net-Kid“-Generation ist bestens informiert und eine ausgesprochen anspruchsvolle Kundschaft.

So gesehen bedeutet der Satz „Ich lerne also bin ich dumm“ ein Aufruf an jeden, diese „Dummheit“ als positive Chance und als Ansporn dafür zu verwenden, mit Wissen selbstbewusster und herausfordernder umzugehen. Wissen ist Macht im Markt – aber nur geteiltes und gemeinsam entwickeltes und angewandtes Wissen sichert den notwendigen Markterfolg.