

„Wissensengel“ bringen Unternehmen maßgeblich voran

Forschungsarbeit über außergewöhnliche Persönlichkeiten bei Dienstleistern brachte Preis ein / Spielraum für Entfaltung nötig

Von unserer Mitarbeiterin
Bettina Hahne-Waldscheck

Karlsruhe. Sie sind kreativ, haben ein gutes Gespür für Marktentwicklungen und können die richtigen Leute zur richtigen Zeit zusammenbringen. Ihr Name: „Wissensengel“ (Knowledge-Angels). Wissensengel sind entscheidend mit dafür verantwortlich, dass manche Dienstleistungsunternehmen innovativer sind als andere.

Den Begriff prägte Emmanuel Muller vom **Fraunhofer-Institut** für System und Innovationsforschung ISI. Muller, Jean-Alain Héraud von der Universität Straßburg und Wirtschafts-Geografin Andrea Zenker erhielten jetzt einen Preis für ihre Forschungsarbeit über Wissensengel: den Accenture Award der Autonomen Universität Madrid und der Firma Accenture. Andrea Zenker vom **Fraunhofer** ISI in Karlsruhe erläutert: „Es gab

in der Vergangenheit eine Lücke in der Forschung zu innovativen Prozessen bei Dienstleistungsunternehmen. Früher hatte man sich immer auf das industrielle Gewerbe konzentriert.“ Die Ausgangsthese des ISI-Teams lautete: Ein ganz bestimmter Persönlichkeitstyp bringt ein Unternehmen maßgeblich voran und sorgt für Innovationen.

Zenker: „Wir haben uns für unsere Untersuchungen auf wissensintensive Dienstleister konzentriert, wie Marktforschungs-, Beratungs- und Software-Unternehmen, Architektenbüros sowie Umweltlabors.“ Die Forscher legten fünf Kriterienfelder für die Identifizierung und Charakterisierung von Wissensengeln fest. „Wissensengel haben ein hohes Bildungs- und Qualifikationsniveau sowie eine breit gefächerte Berufserfahrung. Sie nutzen Netzwerke und vielfältige Methoden des Wissenszugangs und der Weiterbildung, haben

das Talent, strategische Visionen zu entwickeln und frühzeitig Marktentwicklungen zu erkennen“, beschreibt Zenker einige Kriterien. „Wir kontaktierten dann die von uns ausgewählten Dienstleistungs-Unternehmen und bekamen Hinweise zu Personen, die dort in Wissens- und Innovationsprozesse eingebunden sind.“ Mit Hilfe von Interviews untersuchten die drei Forscher und weitere Kollegen Arbeitsfelder von möglichen Wissensengeln in Deutschland, Spanien, Frankreich, China und Kanada. Die identifizierten Wissensengel zeigten überdurchschnittliche Ergebnisse in mindestens drei der fünf Kriterienfelder. Etwa die Hälfte der interviewten Personen (nämlich 23) erfüllte die Kriterien für Wissensengel.

Es stellte sich heraus: „Viele der Menschen, die wir nach dem Interview als Wissensengel einstufen, arbeiteten in

Unternehmen mit flachen Hierarchien

und hatten häufig noch Kontakt zu ihrer Uni, um zum Beispiel Projekte zusammen mit Forschern von dort zu bearbeiten.“ Zenker erinnert sich an einen typischen Wissensengel: „Diese Person hatte einen guten Überblick über die Qualifikationen sämtlicher Mitarbeiter ihres Beratungs-Unternehmens. Für jedes Projekt konnte sie dann ein Team zusammenstellen, das perfekt auf die Anforderungen zugeschnitten war.“

Ziel der Forscher ist, dass Unternehmen ihre eigenen Wissensengel identifizieren oder potenzielle Wissensengel entdecken, um diesen größtmögliche Freiheit zu geben. Nur dann könnten diese kreativ sein. „Wir wollen ein Bewusstsein dafür schaffen, dass Kreativität auch in Dienstleistungsunternehmen für Innovationen ausschlaggebend ist und dass potenzielle Wissensengel Spielraum für ihre Entfaltung brauchen.“



ANDREA ZENKER vom Karlsruher ISI forschte über Wissensengel. Foto: BHW