

Geben ist seliger denn nehmen: Wie Persönlichkeit den Wissensaustausch in Organisationen beeinflusst

Mitteilung von Leibniz-Institut für Wissensmedien

Gebende teilen mehr wichtiges Wissen - das haben Forscher des Leibniz-Instituts für Wissensmedien (IWM) in Tübingen und der Universität Tübingen herausgefunden. In einer großen Onlinestudie mit Berufstätigen untersuchten sie, wie sich die Klassifikation von Adam Grant in Nehmende, Vergleichende und Gebende auf das Teilen von Ressourcen und Information auswirkt. Das Ergebnis: Gebende teilen nicht nur mehr Ressourcen und mehr Informationen, sondern sie teilen auch vor allem die wichtigen Informationen. Nehmende behalten dagegen alles für sich.

Tübingen, 08. August 2014. Adam Grant, Professor der Wharton School der Universität von Pennsylvania, stellt in seinem Bestseller „Geben und Nehmen: Erfolgreich sein zum Vorteil aller“, der zur Pflichtlektüre für Manager gehört, die gängige These in Frage, dass rücksichtslose Egoisten am ehesten Karriere machen und zeigt, dass auch altruistische Menschen weit kommen können. Seine Unterteilung in Gebende, Nehmende und Vergleichende lässt sich auch sinnvoll auf den Wissensaustausch in Organisationen anwenden – das konnten nun Forscherinnen des Leibniz-Instituts für Wissensmedien in Tübingen (IWM) und der Universität Tübingen zeigen. Demnach teilen Gebende nicht nur mehr Ressourcen und mehr Informationen, sondern vor allem auch wichtige Informationen. Nehmende dagegen behalten alles für sich.

Adam Grant unterscheidet zwischen Gebenden, Vergleichenden und Nehmenden. Gebende sind immer hilfsbereit und geben mehr als sie bekommen, ohne eine Gegenleistung zu erwarten. Vergleichende verhalten sich nach der „wie Du mir, so ich Dir“-Strategie. Nehmende versuchen vor allem, so viel wie möglich zu bekommen, ohne eine Gegenleistung zu erbringen. Zur Klassifikation hat Grant einen Fragebogen entwickelt, bei dem die Teilnehmer in 15 Szenarien aus dem (Berufs)alltag angeben müssen, für welche von drei Handlungsalternativen sie sich entscheiden würden. Diese neue Klassifikation und eine ältere Klassifikation in Prosoziale, Individualisten und Kompetitive verwendeten Prof. Dr. Sonja Utz (Professorin an der Universität Tübingen und Leiterin der Nachwuchsgruppe Social Media am IWM), Nicole Muscanell (IWM) und Prof. Dr. Anja Göritz (Universität Freiburg) in einer Studie mit über 1200 Berufstätigen, die demnächst in der Zeitschrift *Personality and Individual Differences* veröffentlicht wird. Weiterhin wurden verschiedene Persönlichkeitsmerkmale, wie beispielsweise Narzissmus, erhoben.

Zwei Wochen später erhoben Prof. Utz und ihre Kolleginnen kooperatives Verhalten in einem sozialen Dilemma und strategischen Wissensaustausch. Bei der ersten Aufgabe, dem sozialen Dilemma, gaben die Teilnehmenden ihre Bereitschaft an, wie viel ihrer fiktiven 300,- EUR sie in den gemeinsamen Gruppentopf geben würden. Das Geld im Gruppentopf wurde dann verdoppelt und gleichmäßig unter allen Gruppenmitgliedern aufgeteilt. Für die Gruppe wäre es also am besten, wenn jeder seinen Beitrag teilt; für den Einzelnen ist es am besten, darauf zu hoffen, dass alle anderen teilen und gleichzeitig den eigenen Beitrag zu behalten.

Mit der Aufgabe zum strategischen Wissensaustausch untersuchten die Wissenschaftler, wie viele und welche Informationen die Teilnehmenden weitergeben: eher die weniger wichtigen und ohnehin schon bekannten, oder die wirklich wichtigen Informationen, über die nur sie selbst verfügen. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Gebende weniger selbstorientiert und weniger narzisstisch sind als Nehmende. Darüber hinaus konnte die Klassifikation in Gebende, Vergleichende und Nehmende das Verhalten der Probanden zwei Wochen später besser vorhersagen als die herkömmliche Klassifikation in Prosoziale, Individualisten und Kompetitive. Gebende teilten nicht nur mehr Geld mit der Gruppe, sondern sie gaben vor allem auch die wichtigen Informationen weiter. Nehmende indes behielten sowohl Geld als auch jegliche Art von Information für sich.

Diese Ergebnisse haben wichtige Implikationen für das Wissensmanagement in Unternehmen. Sie zeigen, dass die Bereitstellung von geeigneten Wissensmanagement-Tools allein nicht ausreicht, um optimales Wissensmanagement zu gewährleisten. Stattdessen sollten Führungskräfte immer auch die Persönlichkeit ihrer Mitarbeiter im Blick behalten, da gerade Nehmende dazu neigen, wichtige Informationen für sich zu behalten.

*PM v. 8.8.2014
Sieglinde Neudert
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Leibniz-Institut für Wissensmedien
Quelle: idw-online.de*