

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Verzeichnis der Fallbeispiele	IX
Einführende Zusammenfassung	1
1 Auf dem Weg zur Wissensgesellschaft	9
1.1 Eine neue Qualität des Wettbewerbs	9
1.2 Wissen – Schlüsselressource der postindustriellen Ära	14
1.3 Das Wissensunternehmen – eine Kurzdiagnose	23
2 Wissen in Organisationen	35
2.1 Die Wissenstreppe	35
2.2 Dimensionen des Wissens	44
2.3 Wissen als Wettbewerbsfaktor	61
3 Organisieren rund ums Wissen	69
3.1 Die Balanceakte der Unternehmensführung	69
3.2 Von „unendlich flach“ zur „Sternexplosion“	81
3.3 Überwindung der multidivisionalen Organisation	92
3.4 Plattformen für Wissen	103
3.5 Wissensallianzen	108
4 Wissen ist menschlich	121
4.1 Ein neuer Sozialkontrakt	121
4.2 Die Mitdenker des Wissensunternehmens	127
4.3 Kompetenzen für die Intelligenz AG	146
4.4 Motivieren für Wissensteilung und Wissensentwicklung	157
4.5 Wissensgemeinschaften (Communities of Practice)	162
5 Wissen aufbauen und teilen	177
5.1 Die organisationale Wissensbasis gestalten, lenken und entwickeln	177

Inhaltsverzeichnis

5.2	Ausgewählte Konzepte des Wissensmanagements	184
5.3	Wissensmanagement in internationalen Kontexten	201
5.4	Wissensmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen	212
6	Wissen messen und absichern	225
6.1	Maßstäbe finden	225
6.2	Verankerung immaterieller Werte in Bilanzierungsstandards	227
6.3	Wissensbilanzierung	230
6.4	Beurteilung der Verfahren zur Wissensbilanzierung	249
6.5	Wissen absichern	255
7	Wissensmanagement implementieren	265
7.1	Eine wissensorientierte Strategie entwickeln	265
7.2	Das Wissensmarkt-Konzept	272
7.3	Rahmenbedingungen gestalten und steuern	276
7.4	Spieler und Spielregeln des Wissensmarktes	284
7.5	Instrumente und Prozesse der Wissensorganisation	295
7.6	Informations- und Kommunikationssysteme für das „Enterprise 2.0“	315
7.7	Einführungspfade des Wissensmanagements	326
7.8	Das 12-Punkte-Programm zur wissensorientierten Unternehmensführung	333
	Anhang: Wissensmarkt	341
	Literaturverzeichnis	345
	Weblink-Verzeichnis	367
	Stichwortverzeichnis	369