

Inhaltsübersicht

Einführung	1
Teil 1: Grundlagen	11
1 Wissensmanagement: eine unternehmerische Perspektive <i>Volker Bach, Hubert Österle</i>	13
2 Business Knowledge Management: von der Vision zur Wirklichkeit <i>Volker Bach</i>	37
3 Tools und Architekturen für Business Knowledge Management <i>Frédéric Thiesse, Volker Bach</i>	85
4 PROMET®I-NET: Methode für Intranet-basiertes Wissensmanagement <i>Thomas M. Kaiser, Petra Vogler</i>	117
Teil 2: Fallstudien	131
5 Wissensmanagement für die Schadenbearbeitung in Versicherungsunternehmen <i>Martin Jara, Oliver Christ, Volker Bach, Roberto Buner</i>	133
6 Wissensplattform für Electronic Customer Care <i>Christoph Jansen, Volker Bach</i>	161
7 Wissensmanagement bei der LGT Bank in Liechtenstein <i>Thomas M. Kaiser, Doris Beck, Hubert Österle</i>	179
8 Smartnet als Kernstück des Intranets der Credit Suisse <i>Thomas Reich</i>	207
9 Praktiziertes Knowledge Management bei der BMW AG <i>Jens Schulze</i>	231

10 Das Verpackungsdesign der Migros: Knowledge Management in Business Networks <i>Roger Benz, Hubert Österle</i>	249
Anhang: Wissensmanagement-Erfahrungen in der Literatur	267
Literatur	271
Autoren	281

Inhaltsverzeichnis

Einführung	1
Eckpfeiler des Business Knowledge Management	1
Praxisorientierte Ergebnisse aus Gemeinschaftsprojekten.....	3
Verifizierung in Umsetzungsprojekten	5
Know-how-Bündelung in Geschäftsmodell, Architekturmodell und Methode	6
Was bringt die Zukunft?	7
Danksagung	8
Teil 1: Grundlagen	11
1 Wissensmanagement: eine unternehmerische Perspektive <i>Volker Bach, Hubert Österle</i>	13
1.1 Praxisfälle des Wissensmanagements.....	13
1.1.1 Intranet für Kundenberater: hohe Beratungskompetenz über gesamte Produktpalette	13
1.1.2 Workflowmanagement für Produktentwicklung: hohe Projekttransparenz und früher Markteintritt.....	14
1.1.3 Dokumentenmanagement für das Marketing: schnelle und sichere Verteilung von Produktinformation	15
1.1.4 Bewertung immaterieller Vermögenswerte: bessere Transparenz für Shareholder	15
1.1.5 Entwicklung des immateriellen Vermögens: kompetenzorientierte Wissensmanagement-Strategie	16
1.2 Vision des Business Knowledge Managements.....	17
1.3 Enabler des Wissensmanagements	18
1.3.1 Beispiel Livelink Intranet	18
1.3.2 Beispiel DOCSFulcrum	20
1.3.3 Werkzeuge für das Wissensmanagement.....	22
1.4 Treiber	23
1.4.1 Wissensmanagement senkt Kosten	24
1.4.2 Wissensmanagement steigert Wettbewerbsfähigkeit.....	24
1.4.3 Wissen schafft Shareholder Value	25
1.5 Komponenten des Business Knowledge Managements.....	26
1.5.1 Wissen in Geschäftsprozessen	27
1.5.2 Wissensbasis	28
1.5.3 Wissensstruktur.....	29

1.5.4	Wissensorientierte Führung	30
1.6	Schritte zum Business Knowledge Management.....	30
1.6.1	Quick wins und Pilotierung machen Nutzen transparent.....	30
1.6.2	Den Mittelpunkt bilden prozessorientierte Projekte zur Stärkung von Kernkompetenzen	31
1.6.3	Die unternehmensweite Architektur verhindert vermeidbare Heterogenität und sorgt für Integrierbarkeit	32
1.7	Zusammenfassung	33
1.8	Ausblick.....	34
2	Business Knowledge Management: von der Vision zur Wirklichkeit	
	<i>Volker Bach</i>	37
2.1	Beispiel EUROBank.....	37
2.1.1	Unternehmen.....	37
2.1.2	Projekt.....	37
2.1.3	Wissen in Geschäftsprozessen	38
2.1.4	Wissensstruktur.....	40
2.1.5	Wissensbasis	40
2.1.6	Wissensorientierte Führung	41
2.1.7	Nutzen.....	43
2.2	Beispiel MobileTech.....	44
2.2.1	Unternehmen.....	44
2.2.2	Projekte	44
2.2.3	Wissen in Geschäftsprozessen	45
2.2.4	Wissensstruktur.....	46
2.2.5	Wissensbasis	47
2.2.6	Wissensorientierte Führung	48
2.2.7	Nutzen.....	49
2.3	Wissen in Geschäftsprozessen	50
2.3.1	Wissensfluss: aktiver und transparenter Informationsfluss.....	50
2.3.2	Integrierter Arbeitsplatz: prozessorientiert und individuell	52
2.3.3	Konsequenzen.....	54
2.4	Wissensstruktur: Schlüssel zu effizienter Navigation und Wissensnutzung	57
2.4.1	Geschäftsobjekt-Cluster: führen strukturierte und unstrukturierte Informationen zusammen.....	60
2.4.2	Vom Geschäfts- zum Wissensobjekt	61
2.4.3	Identifikations-Objekte: sorgen für eine gemeinsame Sprache.....	64
2.5	Wissensbasis: Menschen und Prozesse, Systeme und Dokumente	65

2.5.1	Wissensmanagement-Prozesse: sorgen für organisatorische Verankerung und permanente Weiterentwicklung.....	65
2.5.2	Wissensrollen und -gremien: definieren Verantwortlichkeiten.....	68
2.5.3	Systeme und Dokumente: realisieren Wissensobjekte in einer Toolarchitektur	68
2.6	Wissensorientierte Führung	71
2.6.1	Wissensorientierte Führungsorganisation	71
2.6.2	Wissensorientierte Führungsinstrumente	72
2.7	Ausblick.....	82
3	Tools und Architekturen für Business Knowledge Management	
	<i>Frédéric Thiesse, Volker Bach</i>	85
3.1	Einheitliche Architekturen vs. prozessspezifische Anforderungen.....	85
3.2	Struktur der BKM-Architektur	86
3.2.1	Beispiel: Wissensobjekt „Kunde“.....	87
3.2.2	Ebenen der BKM-Architektur.....	89
3.2.3	Beschreibungsraster für Knowledge Management Tools	91
3.3	Knowledge Management Tools	91
3.3.1	Suchmaschinen	92
3.3.2	Data Warehouse.....	95
3.3.3	Workflowmanagement-Systeme.....	97
3.3.4	Dokumentenmanagement-Systeme.....	100
3.3.5	Groupware	102
3.3.6	Intranet.....	105
3.4	Dienste im BKM-Architekturmodell	107
3.4.1	Lebenszyklus-Dienste.....	108
3.4.2	Profil-Dienste.....	109
3.4.3	Einordnung der Tool-Kategorien.....	111
3.5	Entwurf und Umsetzung einer Toolarchitektur.....	112
3.6	Zusammenfassung und Ausblick.....	113
4	PROMET® I-NET: Methode für Intranet-basiertes Wissensmanagement	
	<i>Thomas M. Kaiser, Petra Vogler</i>	117
4.1	Methodisches Vorgehen–„state of the art“ oder schon lange überholt? 117	
4.2	Fragestellungen im Rahmen eines I-NET-Projektes.....	118
4.2.1	Auswahl geeigneter Prozesse.....	118
4.2.2	Konzeption einer Informationsarchitektur	119

4.2.3	Konzeption einer I-NET-Architektur.....	120
4.2.4	Etablierung von Prozessen zum Management der Information	121
4.3	Methode PROMET [®] I-NET.....	122
4.3.1	Grundlagen des Methoden-Engineering	122
4.3.2	Eigenschaften der Methode.....	124
4.3.3	Vorgehensmodell der Methode.....	124
4.3.4	Techniken der Methode	126
4.3.5	Ergebnisse der Methode.....	128
4.4	Zusammenfassung	129
Teil 2: Fallstudien.....		131
5	Wissensmanagement für die Schadenbearbeitung in Versicherungsunternehmen	
	<i>Martin Jara, Oliver Christ, Volker Bach, Roberto Buner.....</i>	133
5.1	Das Versicherungsgeschäft von morgen.....	133
5.1.1	Die Versicherungswirtschaft im Deregulierungsfieber.....	133
5.1.2	Die Werkstatt „Schadenmanagement – Cost & Care am IT-Arbeits- platz“	134
5.2	Die besondere Rolle des Schadenmanagement.....	134
5.3	Potentiale des Wissensmanagement für die Schadenbearbeitung.....	136
5.3.1	Strategische Vorgaben	137
5.3.2	Technologische Potentiale	138
5.3.3	Ansatzpunkte im Schadenbearbeitungsprozess.....	138
5.4	Wissensflüsse in der Schadenbearbeitung und ihrem Umfeld	139
5.4.1	Wissensbedarfe	140
5.4.2	Wissensbereitstellung	148
5.5	Umsetzung des Wissensmanagement	151
5.5.1	Der Intranet-Arbeitsplatz des Schadenbearbeiters	152
5.5.2	Verankerung in Organisation und Führung.....	157
5.6	Zusammenfassung	158
6	Wissensplattform für Electronic Customer Care	
	<i>Christoph Jansen, Volker Bach.....</i>	161
6.1	Einführung	161
6.1.1	Beispiel	161
6.1.2	Die Spielregeln des Marktes verändern sich.....	161
6.1.3	Der Customer Buying Cycle als Ausgangspunkt.....	162
6.2	Die ECC-Datenbank	163

6.2.1	Zielgruppen.....	164
6.2.2	Prozesse des Benutzers	165
6.2.3	Fallstudien.....	165
6.2.4	Toolbeschreibungen.....	168
6.2.5	Weitere Inhalte.....	169
6.3	Virtual Community.....	170
6.3.1	Einführung	170
6.3.2	Schliessung des Customer Buying Cycles	170
6.3.3	ECC Virtual Community	171
6.3.4	Fazit	173
6.4	Geschäftsmodell	173
6.4.1	Finanzierungsalternativen.....	174
6.4.2	Geschäftsmodell ECC.....	175
6.5	Technologische Realisierung.....	176
6.6	Schlussbemerkung	177
7	Wissensmanagement bei der LGT Bank in Liechtenstein	
	<i>Thomas M. Kaiser, Doris Beck, Hubert Österle</i>	179
7.1	Einleitung.....	179
7.1.1	Überblick	179
7.1.2	Unternehmerische Fragestellungen.....	180
7.2	Die LGT Bank in Liechtenstein: Spezialist im internationalen Private Banking.....	181
7.2.1	Kurzporträt der LGT Bank in Liechtenstein	181
7.2.2	Strategische Vision der Bank.....	181
7.2.3	Kundenstruktur der Bank.....	182
7.2.4	Geschäftliche Entwicklung der Bank.....	182
7.3	Das KUNO-Projekt – Erfolgsfaktor Kundenorientierung.....	183
7.3.1	Kundenorientierung bei Banken	183
7.3.2	Bedeutung für die LGT Bank in Liechtenstein	183
7.3.3	Ergebnisse des KUNO-Projektes	184
7.4	KUNO-Frontsystem zur Unterstützung der Kundenberater.....	186
7.4.1	Informationsbedarf in der Kundenberatung	186
7.4.2	I-NET-Technologie bei der LGT Bank in Liechtenstein	188
7.4.3	Struktur und Funktionalität des KUNO-Frontsystems.....	191
7.4.4	Einbindung auf der Prozessebene	199
7.5	KUNO-Frontsystem: Ein Informatik-Projekt wie jedes andere auch?..	200
7.5.1	Verlauf	200
7.5.2	Besonderheiten.....	201
7.5.3	Kosten/Nutzen	202

7.6	Erfahrungen aus einer erfolgreichen I-NET-Einführung	203
8	Smartnet als Kernstück des Intranets der Credit Suisse	
	<i>Thomas Reich</i>	207
8.1	Einleitung.....	207
8.2	Geschichte und Umfeld	208
8.2.1	Bank als IBM-Grosskunde.....	208
8.2.2	Dokumentenmanagement: Vorherrschaft von bedrucktem Papier ...	209
8.2.3	Dezentrale Workstation als „zweite Welt“	209
8.2.4	Nischenlösungen: erste Intranet-Server und Clients	209
8.2.5	Aufbau einer Abteilung für Intranet und Groupware.....	210
8.3	CS-Intranet heute	211
8.3.1	Aktueller Stand (technisch/betrieblich)	211
8.3.2	Einführung der I-Net-Technologie ohne Schulung möglich?	212
8.3.3	Konzept Publishing Prozesse	212
8.3.4	Vorhaben: Smartnet, Online-Telefonbuch, Webhotel.....	216
8.4	CS-Intranet morgen (Planung und Vision)	226
8.4.1	Smartnet, Phase 2.....	226
8.4.2	Workflow und Intranet.....	227
8.4.3	Knowledge-Management: Statt einzelner Weisungen integrierte Regelwerke (FAQ).....	227
9	Praktiziertes Knowledge Management bei der BMW AG	
	<i>Jens Schulze</i>	231
9.1	Einleitung.....	231
9.2	Wissensplattformen bei BMW.....	232
9.3	BMW Online Ordering	234
9.3.1	Ausgangslage.....	234
9.3.2	Projektablauf.....	234
9.3.3	Die Lösung.....	235
9.4	BMW-Intranet-Büromaterialbestellung	240
9.4.1	Ausgangslage.....	240
9.4.2	Projektablauf.....	241
9.4.3	Die Lösung.....	241
9.5	Ausblick.....	246

10 Das Verpackungsdesign der Migros: Knowledge Management in Business Networks	
<i>Roger Benz, Hubert Österle</i>	249
10.1 Geschäftspotentiale von Business Networking.....	249
10.2 Business Networking-Partnerschaften und Prozessnetzwerke.....	251
10.3 Die Migros-Gemeinschaft.....	252
10.4 Am Verpackungsdesign beteiligte Organisationseinheiten und Unternehmen.....	253
10.5 Entwurf des Prozessnetzwerkes	254
10.5.1 Potentialanalyse	254
10.5.2 Business Networking-Strategie.....	254
10.5.3 Globale Aufgabenkette, lokale Prozesse und Koordination.....	255
10.6 Das Verpackungsdesign-System.....	259
10.6.1 Übersicht über das System.....	259
10.6.2 Die Applikation.....	261
10.7 Status und Nutzen	263
10.8 Schlussfolgerungen.....	264
Anhang: Wissensmanagement-Erfahrungen in der Literatur.	267
Literatur	271
Autoren	281