

Inhalt

Vorwort	V
Einführende Zusammenfassung	1
1 Auf dem Weg zur Wissensgesellschaft	7
1.1 Eine neue Qualität des Wettbewerbs	7
1.2 Wissen - Schlüsselressource der postindustriellen Ära	12
1.3 Das Wissensunternehmen - eine Kurzdiagnose	21
2 Wissen in Organisationen	31
2.1 Die Wissenstreppe	31
2.2 Dimensionen des Wissens	40
2.3 Wissen als Wettbewerbsfaktor	58
3 Organisieren rund ums Wissen	65
3.1 Die Balanceakte der Unternehmensführung	65
3.2 Von „unendlich flach“ zur „Sternexplosion“	75
3.3 Überwindung der multidivisionalen Organisation	87
3.4 Plattformen für Wissen	98
3.5 Wissensallianzen	104
4 Wissen ist menschlich	115
4.1 Ein neuer Sozialkontrakt	115
4.2 Die Mitdenker des Wissensunternehmens	121
4.3 Kompetenzen für die Intelligenz AG	137
4.4 Motivieren für Wissensteilung und -entwicklung	148
4.5 Wissensgemeinschaften (Communities of Practice)	154
5 Wissen aufbauen und teilen	167
5.1 Die organisationale Wissensbasis gestalten, lenken und entwickeln	167
5.2 Ausgewählte Konzepte des Wissensmanagements	174
5.3 Wissensmanagement in internationalen Kontexten	190
5.4 Wissensmanagement in kleinen und mittleren Unternehmen ...	201

6	Wissen messen und absichern	213
6.1	Maßstäbe finden	213
6.2	Verankerung immaterieller Werte in Bilanzierungsstandards ...	215
6.3	Auf dem Weg zur Wissensbilanz	219
6.4	Beurteilung der Verfahren zur Wissensbilanzierung	238
6.5	Wissen absichern	244
7	Wissensmanagement implementieren	253
7.1	Eine wissensorientierte Strategie entwickeln	253
7.2	Das Wissensmarkt-Konzept	259
7.3	Rahmenbedingungen gestalten und steuern	264
7.4	Spieler und Spielregeln des Wissensmarktes	271
7.5	Instrumente und Prozesse der Wissensorganisation	282
7.6	Einführungspfade des Wissensmanagements	307
7.7	Das 12-Punkte-Programm zur wissensorientierten Unternehmensführung	312
	Anhang: Wissensmarkt	319
	Literaturverzeichnis	323
	Weblink-Verzeichnis	343
	Stichwortverzeichnis	345