

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XV
1. Fallbeispiele zur Wissensmanagement-Praxis	1
1.1 Automotive Companies	5
1.1.1 Bayerische Motorenwerke München (BMW)	5
1.1.2 DaimlerChrysler	31
1.1.3 Toyota	58
1.1.4 Volkswagen (VW)	70
1.1.5 Automobil – quo vadis?	82
1.2 Non-Automotive Companies	116
1.2.1 Bertelsmann Fachinformation	117
1.2.2 Hoffmann-La-Roche	119
1.2.3 Kodak	122
1.2.4 Minnesota Mining and Manufacturing (3M)	124
1.2.5 Phonak	128
1.3 Consulting Companies	131
1.3.1 Andersen Consulting/Accenture	132
1.3.2 Arthur D. Little	139
1.3.3 McKinsey	142
1.4 Electronic & IT Companies	144
1.4.1 Asea Brown Boveri (ABB)	144
1.4.2 General Electric (GE)	152
1.4.3 Hewlett Packard (HP)	155
1.4.4 Motorola	158
1.4.5 Siemens	161
1.4.6 Sony	170

2. Gestaltungsempfehlungen zur Wissensmanagement-Praxis	179
2.1 Erfolgsparameter Lernen und Wissen	179
2.1.1 Erfolgsparameter Lernen	179
2.1.2 Erfolgsparameter Wissen	191
2.2 Katalysatoren im Wissensmanagement	210
2.2.1 Informations- und Kommunikationstechnologien	213
2.2.2 Prozesse und Strukturen	219
2.2.3 Human Resource Management	221
2.2.4 Wissensmanagement im interkulturellen Kontext	228
2.3 Phasen des Wissenstransfers im Innovationsprozess	233
2.3.1 Phase der Initiierung (Phase 1)	236
2.3.2 Phase des Wissensflusses (Phase 2)	240
2.3.3 Phase der Integration (Phase 3)	245
2.4 Wissensmanagement-Instrumente	255
2.4.1 Für Phase 1: Verständlichkeitsansatz, Wissensidentifikationsinstrumente, Empathische Kundenbeobachtung und Wettbewerbsmonitoring	261
2.4.2 Für Phase 2: Das Harvard Verhandlungskonzept	285
2.4.3 Für Phase 3: Zirkuläres Entscheidungsmanagement und Consensus Management	293
2.5 Bürokultur als Führungsinstrument zur Wissensarbeit	309
2.5.1 Von der ‚Büro-kratie‘ zum non-territorialen Büro	310
2.5.2 Aktuelle Befunde zur Büro-Organisation der Zukunft	313
2.5.3 Kritische Würdigung	317
2.5.4 Konsequenzen für die Teamarbeit in den Büros	326
2.6 Rückblick und Ausblick	332
Literatur	335
Index	357