

Sultan Kermally

Das E-Wissen Praxisbuch

*Was Sie über Knowledge
Management im Internet
wissen müssen*

Deutsch von Petra Pyka



WILEY

Inhalt

Danksagung XIII

**Einführung: E-Wissen: Die Freisetzung von Wissen
als Konkurrenzvorteil 1**

Überblick 1

Wissensmanagement und Konkurrenzvorteile 1

Wissensmanagement und E-Business 5

Häufig gestellte Fragen 10

Kapitel i

Wissensmanagement: Die Triebfedern 13

Überblick 13

Wissen und seine Bedeutung 14

Wissen und Information - eine Gegenüberstellung 27

Wie eine wissensgesteuerte Organisation entsteht 31

Schlüsselbotschaften 33

Kapitel 2

**E-Business-Strategie und neue Geschäftsmodelle:
Wertschöpfung für Kunden und Aktionäre 35**

Überblick 35

Was ist strategisches Denken? 36

Was ist die Szenariomethode? 39

Von der Strategie zur Wertschöpfung 45

Die Entstehung eines neuen Geschäftsmodells 48

Wissensmanagement, Wertschöpfungsketten und neue Geschäftsmodelle 56

Schlüsselbotschaften 60

Kapitel 3

Strategische Aktivposten wissensbasierter

Organisationen 63

Überblick 63

Die wichtigsten immateriellen Aktivposten im E-Business 65

Wissensmanagement und der Wert immaterieller Aktivposten 66

Die Quantifizierung immaterieller Vermögenswerte 71

Schlüsselbotschaften 86

Kapitel 4

Beim Wissensmanagement geht es um Menschen 87

Überblick 87

Wie Wissen entsteht 89

Empowerment 100

Motivation 104

Schlüsselbotschaften 109

Kapitel 5

Gutes Personalmanagement 111

Überblick 111

Die Attribute von Wissensarbeitern 112

Talent als Mangelware 112

Welchen Herausforderungen steht das E-Business heute gegenüber? 113

Personalbeschaffung 114

So halten Sie Mitarbeiter 118

Schlüsselbotschaften 130

Kapitel 6

Konkurrenzvorteile durch Wissenserfassung 131

Überblick 131

Knowledge Mapping 132

Knowledge Maps und SWOT-Analyse 140

Knowledge Maps und Continuous Improvement 141

Benchmarking 144

Wissenserfassung und Quality Function Deployment: Hören Sie auf Ihre Kunden 247

Schlüsselbotschaften 151

Kapitel 7

Die Rolle des Internets bei der Schaffung, Erfassung und Weiterleitung von Wissen 153

Überblick 153

Wie steht es mit der wirtschaftlichen Bedeutung? 155

Fallstudie: Syndikatsbildung 155

Das Internet und das neue Geschäftsmodell 158

Fallstudie: Das Internet und das neue Geschäftsmodell
-Cisco 161

Intranets und Extranets als Hilfsmittel 164

Internet und Wissensmanagement 165

Fallstudie: Becton-Dickinson-Network 166

Das Internet und Ihre Kunden 170

Strategische Allianzen im Internet 172

Schlüsselbotschaften 176

Kapitel 8

Wissen und Innovation 177

Überblick 177

Merkmale einer innovativen Organisation 180

Inkubatoren und Innovation 180

Tun Sie das nicht! 183

Wie inspiriert man zu Innovation? 184

Der Wandel von »Brick«- zu »Click«-Unternehmen 186

Innovation und Unternehmenswandel 188

Internet, Wissen und Innovation 189

Wissensmanagement-Strategie und Innovation 190

Schlüsselbotschaften 194

Kapitel 9

Die lernende Organisation 197

Überblick 197

Die Attribute einer lernenden Organisation 198

Arten des Lernens 200

Lernstile 203

Lernen und Wissensbildung 203

Hindernisse auf dem Weg zur lernenden Organisation 205

Warum ist Lernen so wichtig geworden? 207

Wie eine lernende Organisation entsteht 208

Lernen im E-Business 211

Führung einer lernenden Organisation 216

Das Management der kreativen Zerstörung 217

Schlüsselbotschaften 219

Kapitel 10

Der Schutz geistigen Eigentums: die juristische Dimension / von Wissensmanagement 221

Überblick 221

Schutzmöglichkeiten 224

Informationstechnik und Schutzmaßnahmen im Internet 231

Fallstudie: Der gewerbliche Einsatz von Verschlüsselungs-
technik 233

Schlüsselbotschaften 237

Kapitel 11

Wissensmanagement in der Praxis 239

Überblick 239

Fallstudie: Chevron 240

Fallstudie: Sun Microsystems 251

Kapitel 12

Der Weg zur wissensgesteuerten Organisation 259

Überblick 259

So wird Wissen zur DNA Ihrer Organisation 259

Fazit 264

Inwieweit existiert in Ihrer Organisation eine Wissensmanagementkultur? 265

Anmerkungen 279

Bibliografie 283

Register 291