

# Praxis des Wissensmanagements

Prof. Dr. Klaus Götz

und

Dr. Michael Schmid

Verlag Franz Vahlen München

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XI
Tabellenverzeichnis.....	XV
<b>1. Fallbeispiele zur Wissensmanagement-Praxis.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Automotive Companies.....</b>	<b>5</b>
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
<b>1.2 Non-Automotive Companies.....</b>	<b>116</b>
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
<b>1.3 Consulting Companies.....</b>	<b>131</b>
1.3.1 Andersen Consulting/Accenture.....	132
1.3.2 Arthur D.Litde.....	139
1.3.3 McKinsey.....	142
<b>1.4 Electronic &amp; IT Companies.....</b>	<b>144</b>
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

<b>2. Gestaltungsempfehlungen zur Wissensmanagement-Praxis .....</b>	<b>179</b>
<b>2.1 Erfolgsparameter Lernen und Wissen.....</b>	<b>179</b>
2.1.1 Erfolgsparameter Lernen.....	179
2.1.2 Erfolgsparameter Wissen.....	191
<b>2.2 Katalysatoren im Wissensmanagement.....</b>	<b>210</b>
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
<b>2.3 Phasen des Wissenstransfers im Innovationsprozess.....</b>	<b>233</b>
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
<b>2.4 Wissensmanagement-Instrumente.....</b>	<b>255</b>
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
<b>2.5 Bürokulturals Führungsinstrument zur Wissensarbeit.....</b>	<b>309</b>
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
<b>2.6 Rückblick und Ausblick.....</b>	<b>332</b>
<b>Literatur.....</b>	<b>335</b>
<b>Index.....</b>	<b>357</b>