

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Neue Unternehmensstrukturen aufgrund veränderter System- und Umfeldbedingungen .....</b>	<b>1</b>
1.1	Einführung .....	1
1.2	Das Konzept der „Hybrid Economy“ als Reaktion auf die Globalisierung .....	10
1.3	Veränderungen im gesellschaftspolitischen Umfeld .....	23
1.3.1	Globalisierung - Versuch einer analytischen Definition .....	28
1.3.2	Globalismus - die ökonomische Dimension der Globalisierung ...	42
1.3.3	Das „virtuelle Unternehmen“ als spezifische Ausprägung global tätiger Klein- und Mittelunternehmen .....	58
1.3.4	Der Wandel vom „industriellen Berufsmenschen“ zum Jobholder .....	68
<b>2.</b>	<b>Der organisationsstrukturelle Kontext der Hybrid Economy .....</b>	<b>95</b>
2.1	Die Kontextbedingungen der Hybrid Economy .....	95
2.2	Der Paradigmenwechsel von hierarchisch-funktionalen zu prozessorientierten, vernetzten Strukturen .....	96
2.2.1	Grundlagen und Rahmenbedingungen prozessorientierter Strukturen .....	100
2.2.2	Leistungsorientierte Entgelt- und Anreizsysteme als Bestandteil prozessfokussierter Strukturen .....	118
2.2.3	Die Implementierung prozessfokussierter Strukturen .....	125
2.3	Die Bedeutung des Informations- und Wissensmanagement als vierter Produktionsfaktor .....	129
2.4	Das Intelligenzsystem der Unternehmung .....	137

<b>3.</b>	<b>Konzeption und Architektur des Informationsmanagements auf der Grundlage operationalisierter und instrumentalisierter Informationen .....</b>	<b>143</b>
3.1	Die informationstechnologischen Grundlagen .....	143
3.1.1	Systemoffenheit .....	147
3.1.2	Netzwerkarchitekturen .....	149
3.1.3	Dezentrale (verteilte) Daten- und Informationsverarbeitung ....	152
3.2	Die informationstechnologische Prozessunterstützung (Enterprise Process Intelligence) .....	159
3.3	Enterprise Business Intelligence (EBI) .....	169
3.3.1	Enterprise Application Integration (EAI) .....	172
3.3.2	Die Informationsbeschaffung .....	181
3.3.2.1	Portale .....	181
3.3.2.1.1	Vertikale „intraorganisationale Portale“ .....	189
3.3.2.1.2	Hybride Portale .....	194
3.3.2.2	Informationsbeschaffung durch „Agentensysteme“ .....	197
3.3.3	Informationsaufbereitung und -bereitstellung .....	201
3.4	Zusammenfassung .....	220
<b>4.</b>	<b>Konzeption und Struktur des Wissensmanagements .....</b>	<b>237</b>
4.1	Wissen - Versuch einer deduktiven Abgrenzung .....	238
4.2	Wissensmanagement - strukturelle und funktionale Komponenten .....	244
4.2.1	Der Wissenstransfer .....	247
4.2.1.1	Der Transfer des expliziten Wissens .....	248
4.2.1.2	Der Transfer des impliziten Wissens .....	255
4.2.2	Wissenstransformation .....	259
4.2.3	Die Prozessstruktur des Wissensmanagements .....	266
4.3	Informations- und Wissensmanagement als Module des Ressourcenmanagements (Enterprise Resource Management) der Unternehmung .....	276

<b>5.</b>	<b>Das Strategiemangement als Modul des Wissensmanagementsystems</b> .....	<b>289</b>
5.1	Einführung .....	289
5.2	Die Strukturelemente der Balanced Scorecard .....	295
5.3	Die Balanced Scorecard als Bezugsrahmen für den iterativen Strategieentwicklungsprozess .....	309
<b>6.</b>	<b>Das Risikomanagement als Modul des Wissensmanagementsystems</b> .....	<b>325</b>
6.1	Aufgaben und Funktionen des Risikomanagements .....	325
6.2	Die Struktur des Risikomanagements .....	331
6.2.1	Unternehmensbezogene Risikofelder und Risikofaktoren .....	331
6.2.2	Die Prozessstruktur des Risikomanagementsystems .....	334
6.3	Die Strukturelemente des Risikomanagementsystems .....	338
6.3.1	Controlling .....	339
6.3.2	Das „Frühwarnsystem“ .....	351
6.3.3	Konzeption und Struktur der Balanced Riskcard .....	357
6.4	Die Implementierung des Risikomanagements .....	370
<b>7.</b>	<b>Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management) als Modul des Wissensmanagements</b> .....	<b>375</b>
7.1	Die „neuen“ Anforderungen liberalisierter Märkte .....	375
7.2	Der Paradigmenwechsel vom produktorientierten zum beziehungsfokussierten Marketing .....	381
7.2.1	Die Mutation der Produktions- zu Dienstleistungsunternehmen .....	381
7.2.2	Die Professionalisierung der wertschöpfenden Beziehung zum Kunden .....	394
7.3	Konzeptionelle und strukturelle Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements (CRM) .....	404
7.3.1	Die ontologische Dimension (Wissenstransfer) .....	410
7.3.1.1	Das operative Modul des ontologischen CRM .....	411
7.3.1.2	Das analytische Modul des ontologischen CRM .....	416

7.3.1.3	Das interaktive, kollaborative Modul des ontologischen CRM .	423
7.3.1.4	Das Graphische Informationssystem (GIS) als Modul des ontologischen CRM .....	427
7.3.2	Die epistemologische Dimension (Wissenstransformation) .....	432
7.3.3	Die Implementierung des Kundenbeziehungsmanagements ....	440
7.4	Die Einbindung des CRM-Systems in das unternehmensweite Ressourcen-Managementsystem (ERM) .....	455
7.5	Appendix .....	459
7.5.1	Grundlagen des „Energie-Marketings“ .....	459
7.5.2	Bedingungen des nachfragefokussierten „ökologischen Energiemarketings“ .....	463
<b>8.</b>	<b>Die wissensbasierte, selbstlernende Unternehmung</b> .....	<b>477</b>
8.1	Strukturmerkmale der wissensbasierten, selbstlernenden Organisation .....	477
8.2	Konzeption und Struktur der Lernprozesse in der Unternehmung .....	489
	Literaturverzeichnis .....	503
	Verzeichnis der Abbildungen .....	519