
Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Relevanz.....	2
1.2 Zielsetzung und Forschungsfragen.....	5
1.3 Aufbau der Arbeit.....	6
2 Begriffsklärung und Grundlagen	9
2.1 Definition des Untersuchungsgegenstandes.....	9
2.1.1 Definition Wissen.....	9
2.1.1.1 Wissen aus philosophischer Sicht.....	9
2.1.1.2 Wissen aus betriebswirtschaftlicher Sicht.....	12
2.1.1.3 Abgrenzungen.....	14
2.1.1.4 Erstes Zwischenergebnis.....	21
2.1.2 Definition Qualität.....	23
2.1.2.1 Qualität aus Produktsicht.....	24
2.1.2.2 Qualität aus publizistischer Sicht.....	26
2.1.2.3 Qualität aus Sicht der wissenschaftlichen Forschung.....	28
2.1.2.4 Zweites Zwischenergebnis.....	30
2.1.3 Definition Wissensmanagement.....	31
2.1.3.1 Wissensmanagement-Strategien.....	31
2.1.3.2 Aufgaben des Wissensmanagements.....	33
2.1.3.3 „Communities of Practice“.....	38
2.1.3.4 Drittes Zwischenergebnis.....	39
2.2 Ableitung des Bezugsrahmens.....	40
3 Entwicklung des Bezugsrahmens	47
3.1 Identifikation bewahrungswürdigen Wissens (Dimension „wichtig“).....	47
3.1.1 Ziele der Selektion.....	47
3.1.2 Probleme der Selektion.....	48
3.1.3 Durchführung der Selektion.....	50
3.2 Qualifizierung des Wissens (Dimension „richtig“).....	52
3.2.1 Qualifizierungsfunktionen.....	53

3.2.2	Prüfverfahren.....	56
3.2.3	Probleme bei der Qualifizierung von Wissen.....	57
3.3	Nutzung des Wissens (Dimension „relevant“).....	59
3.4	Überprüfung und Aktualisierung des Wissens (Dimension „unrichtig“).....	62
3.4.1	Gründe für die Aktualisierung.....	64
3.4.2	Durchführung der Aktualisierung.....	65
3.5	Entsorgung unnötigen Wissens (Dimension „unwichtig“).....	67
3.5.1	Gründe für die Entsorgung von Wissen.....	68
3.5.2	Durchführung der Entsorgung.....	70
3.6	Zwischenfazit.....	72
4	Fallstudienanalyse.....	75
4.1	Methodik und Vorgehen.....	75
4.1.1	Fallstudien als Forschungsmethodik.....	75
4.1.2	Einordnung von Fallstudien in den Forschungsprozess.....	77
4.1.3	Vorgehen bei der Fallstudienanalyse.....	84
4.1.3.1	Vorbereitung der Fallstudien.....	84
4.1.3.2	Durchführung der Fallstudien.....	88
4.1.3.3	Analyse der Fallstudien.....	91
4.1.4	Wissenschaftliche Güte der Fallstudienanalyse.....	92
4.2	Beschreibung und Analyse der Fallstudien.....	95
4.2.1	Fallstudie A.....	95
4.2.2	Fallstudie B.....	108
4.2.3	Fallstudie C.....	120
4.2.4	Fallstudie D.....	130
4.2.5	Fallstudie E.....	141
4.2.6	Fallstudie F.....	153
4.2.7	Fallstudie G.....	162
4.2.8	Fallstudie H.....	175
4.2.9	Fallstudie I.....	184
4.2.10	Fallstudie J.....	192
5	Fallstudienübergreifende Analyse.....	205

5.1	Präzisierung des theoretischen Bezugsrahmens	205
5.1.1	Dimension „wichtig“	207
5.1.2	Dimension „richtig“	215
5.1.3	Dimension „relevant“	220
5.1.4	Dimension „unrichtig“	226
5.1.5	Dimension „unwichtig“	230
5.2	Ableitung von weiteren Thesen zu Zusammenhängen und Abhängigkeiten...234	
5.2.1	Zusammenhänge zwischen den fünf Dimensionen	234
5.2.2	Abhängigkeiten von weiteren Einflussfaktoren	236
5.2.2.1	Unternehmensabhängige Einflussfaktoren	236
5.2.2.2	Nutzerabhängige Einflussfaktoren	239
5.2.2.3	Wissensabhängige Einflussfaktoren	241
5.3	Zusammenfassung der Thesen.....	244
5.4	Untersuchung der Sonderfälle.....	246
5.4.1	Problemzentriertes Wissensmanagement	247
5.4.2	Wiki-basiertes Wissensmanagement.....	250
6	Ableitung von Gestaltungsempfehlungen	257
6.1	Allgemeine Gestaltungsempfehlungen.....	257
6.2	Spezielle Gestaltungsempfehlungen zu den fünf Dimensionen	259
6.2.1	Gestaltungsempfehlungen zur Dimension „wichtig“	259
6.2.2	Gestaltungsempfehlungen zur Dimension „richtig“	261
6.2.3	Gestaltungsempfehlungen zur Dimension „relevant“	262
6.2.4	Gestaltungsempfehlungen zur Dimension „unrichtig“	264
6.2.5	Gestaltungsempfehlungen zur Dimension „unwichtig“	265
7	Zusammenfassung und Implikationen	267
7.1	Zusammenfassung.....	267
7.2	Implikationen für die Praxis	268
7.3	Implikationen für die Forschung	269
	Anhang: Interviewleitfaden.....	273
	Literaturverzeichnis	275