

## **Inhaltsverzeichnis**

Geleitwort	V
Vorwort	XI
Abbildungsverzeichnis	XVII
1. Einleitung	1
2. Wissensmanagement	11
2.1 Begriffsklärung	11
2.2 Implizites vs. explizites Wissen	15
2.3 Polanyi und das implizite Wissen	18
2.4 Wissensmanagement und Informationsmanagement – eine Einführung	21
2.5 Elemente des Wissensmanagements	28
2.6 Der Ansatz von Nonaka und Takeuchi	32
2.7 Der Ansatz von Probst, Raub und Romhardt	37
2.8 Implementierung von Wissensmanagementsystemen	40
2.9 Erfolgsfaktoren für Informationssysteme	42
2.10 Wissensmanagement in kleinen und mittelständischen Unternehmen	47
2.11 Offene Probleme	51
2.12 Fazit	53
3. Evidenzbasierte Praktiken	55
3.1 Ansätze evidenzbasierter Praktiken	55
3.2 Die Wissens-Handlungs-Lücke in Unternehmen	65
3.3 Evidenzbasierte Sachbearbeitung	66
3.4 Fazit	68
4. Evidenzbasiertes Wissensmanagement – Die beiden Theorie-Praxis-Lücken	69
4.1 Lücke 1: Wissensmanager und Nutzer	69
4.2 Lücke 2: Wissensmanager und Wissenschaft	74
4.3 Fazit	81
5. Informationshermeneutik	83
5.1 Hermeneutik im Unternehmen	83
5.2 Informationshermeneutik	85
5.3 Schließen der Theorie-Praxis-Lücken mit Hilfe der Hermeneutik	91
5.4 Beispielanwendung der unternehmerischen Hermeneutik	92
5.5 Fazit	94
6. Die Notwendigkeit der optimalen Unternehmenskultur	97
6.1 Informationskultur	101
6.2 Change Management	104
6.3 Fazit	106

---

7. Die Analyse kognitiver Arbeit	109
7.1 Means-Ends Analyse	117
7.2 Entscheidungsanalyse und Entscheidungsleiter	122
7.3 CWA und Unternehmenskultur	124
7.4 Systemtypen	125
7.5 Evaluation von Konzepten, Prototypen oder Informationssystemen	128
7.6 Knowledge Organization Systems (KOS) für die Analyse kognitiver Arbeit	129
7.7 Fazit	131
8. Mitarbeiterbefragung – Informationsbedürfnisanalysen in Unternehmen	133
8.1 Begriffsklärung	135
8.2 Ansätze der Informationsbedürfnisanalyse	138
8.3 Durchführung und Methoden einer Informationsbedürfnisanalyse	139
8.4 Warum scheitern Informationsbedürfnisanalysen?	148
8.5 Fazit	148
9. Nutzungsanalysen	151
9.1 Customer Relationship Management (CRM)	154
9.2 Customer Knowledge Management (CKM)	162
9.3 Logfileanalysen	172
9.4 Linkanalysen	179
9.5 Netzwerküberwachung	180
9.6 Analyse der Ordnerstruktur innerhalb eines Unternehmens	181
9.7 Fazit	181
10. Soziale Methoden des Wissensmanagements	183
10.1 Debriefing	183
10.2 Communities of Practice und verwandte Verfahren	184
10.3 Knowledge Cafés	187
10.4 Storytelling	187
10.5 Lessons learned	189
10.5 Fazit	190
11. Konventionelle Tools	193
11.1 Konventionelle technische Tools im Wissensmanagement	193
11.1.1 Dokumentenmanagementsystem/Content Management System/ Recordsmanagement/Datenbankmanagementsystem	193
11.1.2 Expertenverzeichnisse/Yellow Pages	199
11.1.3 Mind Map	200
11.1.4 Knowledge Organization Systems	201
11.2 Konventionelle betriebswirtschaftliche Tools im Wissensmanagement	204
11.2.1 Projektmanagement	204

---

11.2.2 Fachinformationsdienste	208
11.2.3 Berichtswesen – Meeting – Mitarbeiterzeitschrift	210
11.2.4 Pressespiegel	212
11.2.5 Job Rotation	213
11.2.6 Customer Knowledge Management und Customer Relationship Management	214
11.3 Fazit	214
12. Web 2.0 Services – Eine Chance für Unternehmen	217
12.1 Web 2.0 Services allgemein	217
12.2 Wikis	220
12.3 Blogs	224
12.4 Taggen	228
12.5 Social Networking	229
12.6 Vodcast	229
12.7 Social Bookmarking	230
12.8 Was können Web 2.0 Dienste leisten? – eine Zusammenfassung	231
12.9 Zusammenfassung aller Tools	232
12.10 Fazit	234
13. Schluss	235
Literaturverzeichnis	239