

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
Abbildungsverzeichnis	XXI
Tabellenverzeichnis	XXV
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung, Motivation und Zielsetzung	2
1.2 Forschungsmethodik	7
1.2.1 Modus 2/Integratives Forschungs-Szenario	10
1.2.2 Desk Research	15
1.2.3 Field Research	16
1.2.4 Fallstudie und Fallbeispiele.....	16
1.2.5 Expertenbefragungen und -interviews	17
1.3 Aufbau der Arbeit	18
2 Begriffsklärung und Grundlagen	23
2.1 Wissen und Wissensmanagement	23
2.1.1 Begriffliche Abgrenzung des Terminus Wissen	23
2.1.1.1 Implizites Wissen	26
2.1.1.2 Explizites Wissen	27
2.1.1.3 Träger von Wissen.....	29
2.1.1.4 Angewendetes Wissen als „Credo“	30
2.1.2 Die organisationale Wissensbasis	35
2.1.2.1 Individuelles Lernen als Basis der Wissensgenerierung und -anwendung.....	38
2.1.2.2 Organisationales Lernen als Basis dauerhafter Wettbewerbsfähigkeit.....	41
2.1.3 Wissensmanagement und Strategie.....	43
2.1.3.1 Strategische Implikationen	44
2.1.3.2 Baustein-Modell nach Probst/Raub/Romhardt.....	47
2.1.3.3 SECI-Modell nach Nonaka	59
2.1.3.4 Wasser-Modell der Münchener Schule um Reinmann-Rothmeier ...	67
2.2 Internationalität und internationale Unternehmung	73
2.2.1 Globale Unternehmen und deren Organisationsstrukturen	75
2.2.1.1 Funktional-, Produkt- und Regionalprinzip.....	77
2.2.1.2 Gemischte, mehrdimensional-integrierte Strukturen	78
2.2.2 Allianzen, virtuelle Unternehmen und elastische Netzwerke	81
2.2.3 Internationalisierungsmodell nach Kutschker	84
2.3 Das Spannungsfeld von Wissen und Internationalität	91

2.4 Die Bedeutung des Faktors Wissen für Beratungsunternehmen.....	96
2.4.1 Die Besonderheiten der Business Integratoren	98
2.4.2 Der Berater als Hauptwertschöpfer	103
2.4.3 Netzworkebildung als Pfeiler in der Virtualität	109
2.4.4 Wissen als Ressource und Ergebnis von Beratungsdienstleistungen.....	114
2.4.5 Kreativität in der Projektarbeit: Neuartig und doch erprobt	116
2.5 „The International House of Knowledge Management“: Analyserahmen und Auswahlkonzept.....	119
3 Gestaltungselemente und Barrieren von Wissensmanagement und Internationalität.....	123
3.1 Führung und Strategie.....	124
3.1.1 Führung und Kommunikation	124
3.1.2 Strategische Rahmenbedingungen	135
3.1.2.1 Notwendigkeit der Integration von Wissensorientierung in den Strategieprozess	136
3.1.2.2 Ansatzpunkte zur Integration von Wissensorientierung in den Strategieprozess	137
3.2 Mensch und Kultur.....	140
3.2.1 Kulturelle Rahmenbedingungen.....	141
3.2.1.1 Notwendigkeit der Betrachtung und Gestaltung	144
3.2.1.2 Zusammenhang von Unternehmenswerten und -kultur	150
3.2.1.3 Sprache	153
3.2.2 Rollenbildung (der Mensch als Knowledge- und Net-Worker).....	156
3.3 Organisation und Prozess.....	160
3.3.1 Organisatorische Rahmenbedingungen.....	161
3.3.1.1 Projektorganisation und Teambildung	162
3.3.1.2 Netzworkebildung und Hochleistungsteams	168
3.3.1.3 Hypertext-Organisation	175
3.3.2 Der Prozess der Projektdurchführung als internationale Wissensbasis	178
3.3.2.1 Interaktion mit internen Wissensbasen und -systemen	187
3.3.2.2 Interaktion mit Kunden und Partnern als externe Wissensbasen	193
3.4 Informations- und Kommunikationstechnologie	196
3.4.1 Technologische Rahmenbedingungen.....	199
3.4.2 Ausgewählte Systeme zur Förderung internationalen Wissens	207
4 Fallstudie der Softlab GmbH.....	213
4.1 Rahmeninformationen.....	213
4.1.1 Unternehmensprofil.....	213
4.1.2 Geschichtlicher Hintergrund und struktureller Aufbau.....	214
4.1.3 Zusammenfassung bisheriger und aktueller Probleme.....	215
4.1.4 Programmatische Entwicklung	220

4.2	we.know@softlab: Ganzheitlichkeit und Integration	221
4.2.1	Zielstellungen und deren Fokussierung	221
4.2.2	Methoden/Gang der Untersuchung und Ergebnisse der Theorie	223
4.3	Darstellung der Programmteile und erste Ergebnisse in der Praxis.....	227
4.3.1	Unternehmenswerte und Wissensorientierung.....	227
4.3.2	Führung und Kommunikation	230
4.3.3	Das Projekt als unternehmensweite Wissensbasis	231
4.3.3.1	Prozesse und Methodik	233
4.3.3.2	Rollen und Vernetzung.....	237
4.3.3.3	Informationstechnologische Unterstützung.....	241
4.3.4	Weitere Gestaltungselemente	264
4.3.4.1	Personalmanagement-Instrument: Job-Modell@softlab	264
4.3.4.2	Service Standards: Customer Excellence@softlab	267
4.3.4.3	Planung, Portfolio und Infrastruktur	271
4.3.5	Messbarkeit und Bewertung sowie kurzer Ausblick.....	272
5	Handlungsrahmen und Gestaltungsoptionen von internationalem Wissensmanagement	277
5.1	Strategie und Kontextorientierung	278
5.1.1	Balance innerhalb einer mehrdimensionalen Komplexität	280
5.1.2	Aktives Kulturmanagement.....	284
5.1.3	Erweitertes Führungsverständnis und ausgeprägte Wissenskommunikation	287
5.1.4	Dynamisches Rollenverständnis	291
5.2	Wissensbasierte internationale Projektarbeit als 360°-Konstrukt.....	292
5.2.1	Aktualisierung und Erweiterung des Projektprozesses	294
5.2.2	Wissensbasierte internationale Projektbesetzung	301
5.2.3	Ausdehnung in und Verzahnung mit andere(n) Prozesse(n).....	304
5.2.4	Virtuelle Hochleistungsteams: projektinterne und -externe Vernetzung.....	308
5.3	Virtuelle Hochleistungsorganisation: unternehmensinterne und -externe Vernetzung	311
5.3.1	Tertiärorganisation als wissensbasierte und -orientierte Ergänzung.....	313
5.3.2	Customer und Supplier Relationship Management als wissensbasierte und serviceorientierte Kooperationskonzepte	316
5.4	Informations- und Kommunikationstechnologie als Enabler	321
5.5	„The International House of Knowledge Management“: Die virtuelle Best Practice-Organisation	328
5.5.1	Einleitende Worte.....	328

5.5.2	Einordnung und Darstellung	330
5.5.3	Abschließende Bemerkungen zur Verwendung	333
5.5.4	Anmerkungen zu Anreiz und Bewertung im internationalen Wissensmanagement	334
5.5.4.1	Anreize und Motivation für Management und Mitarbeiter	335
5.5.4.2	From Measure to Measure	340
6	Fazit und Ausblick	351
6.1	Schlussbetrachtung	351
6.2	Weiterer Forschungsbedarf	356
	Literaturverzeichnis	359
	Anhang	385