

Inhalt

Alle reden heute von Innovation	11
Wissen gewinnt	13
Wissen ist die ultimative Ressource	14
Benchbreaking statt Benchmarking	16
Die zentrale Managementaufgabe: Wissen managen . . .	17
Die Penetranz der Ignoranz	18
... ist Folge organisierter Irreführungen	19
1. Was nicht zählbar ist, zählt nicht?!	19
2. Das Wissen in der Versenkung	20
3. Lernvermeidung: die mentale Programmierung des Managements	21
4. Strukturen normaler Engstirnigkeiten	23
5. Wissensverschwendung	24
Wissen – des Pudels Kern	26
»Jeder Mensch ist nur ein Furz im Weltall«	26
Gibt es dumme Organisationen?	28
Toolbox I	30
Vielfältiges Wissen	31
Toolbox II	32
Wissen ist Aktion	32
a) Wissen resultiert aus Beobachtungen.	34
b) Der Beobachter prägt die Beobachtungen	35
c) Wissen ist kontextspezifisch	35
d) Wissen bewirkt Rechtfertigung	36
e) Wissen benötigt Entscheidungen	38
Toolbox III	39

Wissen, Brotbacken und Managen	41
Explizites und implizites Wissen.	42
Was hat Managen mit Brotbacken gemeinsam?.	43
Von implizit zu explizit und wieder zurück	46
Von klugen Mitarbeitern über ausgeklügelte Gruppen zu intelligenten Unternehmen	48
Toolbox IV	52
Nochmals: Wissen ist Aktion	52
Wer kann, der weiß?.	54
Sprache bringt Wissen zur Welt.	55
Der Kopf denkt, die Hand lenkt?	57
Wissen ist Dynamik	60
Die Wissensbombe	60
Toolbox V	63
Ein Seitensprung: Management by Zapping	64
Lernbereites Wissen.	66
Das Problem der Vierfaltigkeit	68
Lehrende (nicht nur lernende) Organisationen sind erfolgreich	70
Die Evolution zur Engstirnigkeit	73
Von der Erleuchtung zum Instrument	73
Wissen, Wirtschaft und Gesellschaft	74
Die Differenzierungsdynamik der Gesellschaft	77
Von Fröschen, keinen Fliegen und anderen blinden Flecken	79
Die Leistung der Engstirnigkeit	84
Leistungsfähig und engstirnig zugleich	84
Zu Blech gewordene Größe	87
Kunden, Könige und andere Ignoranz	90
Wer Augen hat zu sehen	92
Die Kraft der Beobachtungen	94
Vom blinden Fleck zur Ignoranz	95

Die Schleusen öffnen – Wissen organisieren	97
Alles fließt?	100
Die Arbeitseisel des Wissens	101
a) Kundennutzen	102
b) Aktivitäten	103
c) Verknüpfung/Vernetzung	106
d) Synergie.	109
Der Wettbewerb um Wissen und seine Organisation	111
Die Quadratur des Wissens	113
Wissen in Aktion: »Die Grenze der Möglichkeiten sind wir selbst«	115
Mit der Quadratur zur Anschlußfähigkeit	117
Quo vadis?	118
Wie neu organisieren?	120
Nicht-triviales Organisieren	122
Mit dem Rücken zum Kunden	125
Von der Struktur zum Prozeß und wieder zurück	132
Die Verflüssigung der Struktur: das Team	135
Teams sind Lösungen. Aber für welche Probleme?	136
Teams: eine Inszenierung zur Entwicklung und Nutzung von Wissen	138
Teams: Scheitern an der Praxis?	139
Teams gelingen	141
Das Paradox der verordneten Selbstbestimmung	143
Was sind Netzwerke?	144
Netzwerke und Wissen	146
Die Gesellschaft im Netz des Wissens	147
Vom Markt zum Netzwerk – im Unternehmen.	150
Das intelligente Unternehmen	151
Toolbox VI	155
Wissen und Kollaboration	156
Ein Beispiel emergenter Wissensorganisation	156
Die Kollaborative	157
Kollaborativen in Aktion: erfolgreich und effizient	158
Was sind Kollaborativen?	160
Kollaborativen verzweifelt gesucht	162

Knowledge Flow Management, Organisieren und Rahmenbedingungen.	164
Die wichtigsten Begriffe auf einen Blick	166
Wie man Frösche küßt – Wissen managen	169
Strategien in wissensintensiven Märkten	170
1. Innovationen	173
2. Rasche Produktvermehrung	177
3. Intensive Marktsegmentierung	178
4. Schnelle Leistungsverbesserungen	181
Nicht nur das Glück des Konsumenten, auch das Unglück des Konkurrenten interessiert	182
Mit strategischer Architektur zur Flexibilität	183
Toolbox VII	184
Mit strategischer Architektur zur Wissensentwicklung	189
Effizienz in der F & E	189
Wissen entwickeln können	194
Die Organisierung der Wissensprozesse	194
I) Leistungs- und Entwicklungsprozesse	195
a) Das Wissen in den Leistungsprozessen	195
Toolbox VIII	196
b) Das Wissen in Entwicklungsprozessen.	201
Primat Wissensentwicklung	206
Welcher Weg führt zum Glück?	209
Chip Chip Hurra – Kollaboration in einer Welt von »Mouse-Commandern«.	211
Die Konsequenzen	214
II) Unternehmensweite Kompetenzbildung	218
Die Rollen der Arbeitsetel	223
III) Unternehmensentwicklung und -erneuerung.	223
Die Aufgaben des Topmanagements	224
Was, bitte, macht die Mitte?	233
Die Wissensarbeiter	235
Wie soll man da führen?	238

Von der Neugier und anderen Leidenschaften.	245
Toolbox IX	250
Auf dem Weg zum Prinzentum –	
Was können Sie tun?	252
Anhang	261
Literatur	263
Namenregister	266
Sachwortregister	268
Firmenregister	272