

Inhaltsverzeichnis

1. Problemstellung	1
2. Virtuelle Unternehmen als „cryptic label“	3
2.1. Begriffsexplikation „Virtualität“	4
2.2. Eine Synopse als Grundlage der Begriffs(re-)konstruktion	7
2.3. Virtuelle Unternehmen - Eine netzwerktheoretische Perspektive	22
3. Wissen	28
3.1. Wissen, Information, Daten – Eine semiotische Begriffsabgrenzung	30
3.2. Wissensbegriffe	32
3.3. Wissen als strategische Ressource	35
4. Wissensmanagement im virtuellen Unternehmen	38
4.1. Funktionen des Wissensmanagements	41
4.2. Wissensmanagement in der virtuellen Unternehmung als informationstechnisch unterstützter Prozeß	44
4.3. Wissensmanagement als „Expertenmanagement“	51
4.3.1. Spezialisten – Experten – Wissensexperten	51
4.3.2. Die Wissensorganisation von Experten	53
4.3.3. Vertrauen, Macht und Interesse	57
5. Fazit und Ausblick	61
Literaturverzeichnis	64