

Inhaltsverzeichnis

Einführung	9
Kapitel 1	
Wissensmanagement und Internet-Communities	19
1.1 »Know-how ist Know-where«	19
1.2 Das Wissen ist in den Köpfen der Menschen	23
1.3 Wissensaustausch: Ein langer Weg	26
1.4 Wissen als Handelsgut	31
1.5 Was sind Internet-Communities?	35
1.6 Internet-Communities – Megatrend oder Modespielplätze?	40
1.7 Internet-Communities und Wissen	54
Kapitel 2	
Sieben Grundpfeiler von Knowledge-Communities	57
2.1 Geben und Nehmen lohnt sich	57
2.2 Ein Währungssystem für Wissen	62
2.3 Wissensorganisation durch Wissensnetze	76
2.4 Das zentrale Regelwerk	83
2.5 Das Steuerungszentrum von Wissensnetzen	92
2.6 Marktkatalysatoren für Wissensmärkte	99
2.7 Die oberste Direktive: Keine Beeinträchtigung der bestehenden Wissenslandschaft	103
Kapitel 3	
Der Wissensbasar: Eine Knowledge-Community	113
3.1 Das Intranet-Portal	113
3.2 Shops, Straßen, Stadtviertel und Städte	130
3.3 Anwendungsfälle und Anwendertypen	153
3.4 Der Wissensbasar ...aus Wissensnutzer-Sicht	156
3.5 ... aus Wissensberater-Sicht	163
3.6 ... aus Wissensmanager-Sicht	176
3.7 ... aus Administrator-Sicht	183

Kapitel 4		
Die Einführung einer Knowledge-Community		193
4.1	Die Analysephase	195
4.2	Die Richtungsbestimmung	208
4.3	Die Vorbereitungsphase	225
4.4	Die Startphase	236
4.5	Die Flugphase	242
4.6	Die Korrekturphase	249
4.7	Die Landung	252
Kapitel 5		
Technologien für Knowledge-Communities		255
5.1	Die digitale Identität	255
5.2	Die technische Architektur	265
5.3	Die Kommunikationsinfrastruktur	275
5.4	Der technische Projektentwurf	281
5.5	Ausgewählte Hersteller und Dienstleister	289
5.6	Ideen, Gedanken, Vorschläge	295
5.7	Eine Community für Knowledge-Communities	302
Anhang		
Ausgewählte Literatur		307
	»Wenn Ihr Unternehmen wüsste, was es alles weiß ...«	307
	»Mythos Motivation«	308
	»Der Termin«	308
	»Wissen managen«	309
	»Der Nebel um das Geld«	309
	»The Cathedral and the Bazaar«	310
	»Die Phänomenologie des Geistes«	310
Stichwortverzeichnis		313