

Inhaltsverzeichnis

1.	Neue Unternehmensstrukturen aufgrund veränderter System- und Umfeldbedingungen	1
1.1	Einführung	1
1.2	Das Konzept der „Hybrid Economy“ als Reaktion auf die Globalisierung	10
1.3	Veränderungen im gesellschaftspolitischen Umfeld	23
1.3.1	Globalisierung - Versuch einer analytischen Definition	28
1.3.2	Globalismus - die ökonomische Dimension der Globalisierung ...	42
1.3.3	Das „virtuelle Unternehmen“ als spezifische Ausprägung global tätiger Klein- und Mittelunternehmen	58
1.3.4	Der Wandel vom „industriellen Berufsmenschen“ zum Jobholder	68
2.	Der organisationsstrukturelle Kontext der Hybrid Economy	95
2.1	Die Kontextbedingungen der Hybrid Economy	95
2.2	Der Paradigmenwechsel von hierarchisch-funktionalen zu prozessorientierten, vernetzten Strukturen	96
2.2.1	Grundlagen und Rahmenbedingungen prozessorientierter Strukturen	100
2.2.2	Leistungsorientierte Entgelt- und Anreizsysteme als Bestandteil prozessfokussierter Strukturen	118
2.2.3	Die Implementierung prozessfokussierter Strukturen	125
2.3	Die Bedeutung des Informations- und Wissensmanagement als vierter Produktionsfaktor	129
2.4	Das Intelligenzsystem der Unternehmung	137

3.	Konzeption und Architektur des Informationsmanagements auf der Grundlage operationalisierter und instrumentalisierter Informationen	143
3.1	Die informationstechnologischen Grundlagen	143
3.1.1	Systemoffenheit	147
3.1.2	Netzwerkarchitekturen	149
3.1.3	Dezentrale (verteilte) Daten- und Informationsverarbeitung	152
3.2	Die informationstechnologische Prozessunterstützung (Enterprise Process Intelligence)	159
3.3	Enterprise Business Intelligence (EBI)	169
3.3.1	Enterprise Application Integration (EAI)	172
3.3.2	Die Informationsbeschaffung	181
3.3.2.1	Portale	181
3.3.2.1.1	Vertikale „intraorganisationale Portale“	189
3.3.2.1.2	Hybride Portale	194
3.3.2.2	Informationsbeschaffung durch „Agentensysteme“	197
3.3.3	Informationsaufbereitung und -bereitstellung	201
3.4	Zusammenfassung	220
4.	Konzeption und Struktur des Wissensmanagements	237
4.1	Wissen - Versuch einer deduktiven Abgrenzung	238
4.2	Wissensmanagement - strukturelle und funktionale Komponenten	244
4.2.1	Der Wissenstransfer	247
4.2.1.1	Der Transfer des expliziten Wissens	248
4.2.1.2	Der Transfer des impliziten Wissens	255
4.2.2	Wissenstransformation	259
4.2.3	Die Prozessstruktur des Wissensmanagements	266
4.3	Informations- und Wissensmanagement als Module des Ressourcenmanagements (Enterprise Resource Management) der Unternehmung	276

5.	Das Strategiemangement als Modul des Wissensmanagementsystems	289
5.1	Einführung	289
5.2	Die Strukturelemente der Balanced Scorecard	295
5.3	Die Balanced Scorecard als Bezugsrahmen für den iterativen Strategieentwicklungsprozess	309
6.	Das Risikomanagement als Modul des Wissensmanagementsystems	325
6.1	Aufgaben und Funktionen des Risikomanagements	325
6.2	Die Struktur des Risikomanagements	331
6.2.1	Unternehmensbezogene Risikofelder und Risikofaktoren	331
6.2.2	Die Prozessstruktur des Risikomanagementsystems	334
6.3	Die Strukturelemente des Risikomanagementsystems	338
6.3.1	Controlling	339
6.3.2	Das „Frühwarnsystem“	351
6.3.3	Konzeption und Struktur der Balanced Riskcard	357
6.4	Die Implementierung des Risikomanagements	370
7.	Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management) als Modul des Wissensmanagements	375
7.1	Die „neuen“ Anforderungen liberalisierter Märkte	375
7.2	Der Paradigmenwechsel vom produktorientierten zum beziehungsfokussierten Marketing	381
7.2.1	Die Mutation der Produktions- zu Dienstleistungsunternehmen	381
7.2.2	Die Professionalisierung der wertschöpfenden Beziehung zum Kunden	394
7.3	Konzeptionelle und strukturelle Grundlagen des Kundenbeziehungsmanagements (CRM)	404
7.3.1	Die ontologische Dimension (Wissenstransfer)	410
7.3.1.1	Das operative Modul des ontologischen CRM	411
7.3.1.2	Das analytische Modul des ontologischen CRM	416

7.3.1.3	Das interaktive, kollaborative Modul des ontologischen CRM .	423
7.3.1.4	Das Graphische Informationssystem (GIS) als Modul des ontologischen CRM	427
7.3.2	Die epistemologische Dimension (Wissenstransformation)	432
7.3.3	Die Implementierung des Kundenbeziehungsmanagements	440
7.4	Die Einbindung des CRM-Systems in das unternehmensweite Ressourcen-Managementssystem (ERM)	455
7.5	Appendix	459
7.5.1	Grundlagen des „Energie-Marketings“	459
7.5.2	Bedingungen des nachfragefokussierten „ökologischen Energiemarketings“	463
8.	Die wissensbasierte, selbstlernende Unternehmung	477
8.1	Strukturmerkmale der wissensbasierten, selbstlernenden Organisation	477
8.2	Konzeption und Struktur der Lernprozesse in der Unternehmung	489
	Literaturverzeichnis	503
	Verzeichnis der Abbildungen	519