



Inhalt

Vorwort

Abkürzungsverzeichnis.....	XIII
----------------------------	------

Abbildungsverzeichnis.....	XV
----------------------------	----

Tabellenverzeichnis.....	XVIII
--------------------------	-------

I Einführung.....	1
--------------------------	----------

1 Problemstellung und Gegenstand	1
--	---

2 Ziel der Untersuchung.....	7
------------------------------	---

3 Vorgehensweise und Bearbeitungsfolge.....	8
---	---

II Innovationsmanagement und Innovationsprozess	10
--	-----------

1 Innovationsbegriff.....	10
---------------------------	----

1.1 Innovation und Technologie.....	10
-------------------------------------	----

1.2 Innovation und Wettbewerbsfähigkeit	15
---	----

1.3 Innovationsarten	20
----------------------------	----

1.4 Disruptive und Geschäftsmodell-Innovationen.....	27
--	----

1.5 Markt- und Ressourcenorientierung als Innovationstreiber	33
--	----

1.6 Innovation und Kreativität	35
--------------------------------------	----

2 Innovationsprozesse als Gegenstand von Innovationsmanagement	40
--	----

2.1 Dimensionen spezifischer Innovationssituationen in Unternehmen	40
--	----

2.2 Phasen im Innovationsprozess	43
--	----

2.3 Einflussfaktoren im Management von Innovationsprozessen.....	51
--	----

3 Kooperative Gestaltung von Innovationsprozessen	55
---	----

3.1 Innovationsnetzwerke.....	55
-------------------------------	----

3.2 Quellen für innovationsfördernde Ideen	61
--	----

4 Business-to-Business-Marketing und Innovationsprozess	70
---	----

4.1 Die Business-to-Business-Marketing-Konzeption.....	70
--	----

4.2 Markt- und Kundenorientierung in Unternehmen.....	71
---	----

4.3 Anwendungsfelder des Business-to-Business-Marketing.....	74
--	----

4.4 Charakteristika von Business-to-Business-Leistungsangeboten.....	77
--	----

4.5 Geschäftsbeziehungsmanagement im Business-to-Business-Marketing	79
---	----

4.6 Innovative Kunden	86
-----------------------------	----

4.7 Probleme und Hindernisse der Kundeneinbindung.....	92
--	----

4.8 Kundenintegration in den frühen Phasen	94
--	----



4.9	Empirische Ergebnisse einer Studie zur Kundenintegration.....	95
5	<i>Innovationsmanagement in der akademischen Ausbildung</i>	115
III	Wissensmanagement im Innovationsprozess	118
1	<i>Wissensbegriff</i>	118
1.1	Daten – Information – Wissen	118
1.2	Management von Wissen	122
1.3	Wissensorientierte Unternehmensführung	125
1.4	Zusammenfassung.....	128
2	<i>Wissensformen und -prozesse</i>	129
2.1	Individuelles und kollektives Wissen.....	129
2.2	Explizites und implizites Wissen	132
2.3	Organisations- und Transformationsprozesse	135
3	<i>Modelltheoretische Grundlagen von Wissensmanagement</i>	139
3.1	Strategisches und operatives Wissensmanagement.....	139
3.2	Struktur und Dynamik der Wissensbasis von Unternehmen.....	142
3.3	Bausteine des Wissensmanagements	148
3.4	Prozessorientiertes Wissensmanagement	162
3.5	Lernprozessorientiertes Wissensmanagement und Wissensdynamik	167
4	<i>Innovationen als Ergebnis wissensgenerierender und -verarbeitender Prozesse</i>	171
4.1	Die Relevanz von Wissen im Innovationsmanagement.....	171
4.2	Bausteine des Wissensmanagements im Innovationsprozess	177
5	<i>Interdependenz von Wissen und Innovation – das Projekt CIKM</i>	189
5.1	Projektbeschreibung und -gegenstand.....	189
5.2	Fallbeschreibungen aus dem Projekt CIKM (Beispiele).....	194
5.3	Auswertung und Folgerung.....	197
6	<i>Smarte Innovation – ein Verbundprojekt des BMBF</i>	199
6.1	Projektumfeld und -ziele	199
6.2	Theorie und empirische Befunde	201
6.3	Konkretisierung smarter Innovation anhand von Beispielen	204
6.4	Zusammenfassung.....	208
IV	Wissensmanagement und I+K-Technologien	209
1	<i>Grundsätzliche Anmerkungen</i>	209
2	<i>Datenbankorientierte Systeme</i>	211
2.1	Datenbanksysteme und Data Warehouse	211
2.2	On-Line Analytical Processing (OLAP)	214
2.3	Data Mining.....	216



3	<i>Textbasierte Systeme und Multimedia</i>	218
3.1	Dokumentenmanagement-Systeme (DMS).....	218
3.2	Text Mining.....	220
3.3	Hypertext und Hypermedia	221
4	<i>Workflow-Management-Systeme (WFMS)</i>	222
5	<i>Groupware-Systeme</i>	224
6	<i>Suchmaschinen und Agenten im In- und Extranet</i>	226
6.1	In- und Extranet.....	226
6.2	Suchmaschinen.....	228
6.3	Agenten	229
7	<i>Inter- und intranetgestützte Community-Lösungen</i>	231
7.1	Inter- und intranetgestützte Wissensnetzwerke.....	231
7.2	Portale.....	232
7.3	Virtual Communities im World Wide Web (WWW)	233
7.4	Knowledge und Business Communities.....	235
7.5	Operative und strategische Communities.....	245
8	<i>Organisational-Memory-Systeme (OMS)</i>	246
8.1	Lernende Organisation, Wissen und Innovation	246
8.2	Informationssysteme für ein Organisational-Memory (OM)	250
9	<i>Beschreibung ausgewählter Beispielanwendungen</i>	252
9.1	Die Software Reply-One der Sematell GmbH	252
9.2	Das Redaktionssystem der SABIO GmbH.....	254
9.3	Die Wissensmanagement-Lösungen der Empolis GmbH.....	256
V	Referenzmodell Wissensplattform	258
1	<i>Einführung in die Referenzmodellierung</i>	258
1.1	Grundsätzliche Anmerkungen.....	258
1.2	Der Modellbegriff	260
1.3	Methoden der Referenzmodellierung.....	261
1.4	Referenzmodellierung im Wissensmanagement	263
2	<i>Semantisches Wissensmanagement mit Ontologien im Innovationsprozess</i>	266
2.1	Definition des Modellierungsziels	266
2.2	Ontologien zur Modellierung von Wissen	267
2.3	Rahmenbedingungen und Modellierungsumfang	270
2.4	Kontextmodellierung mit innovationsgerichteten Erfolgsfaktoren.....	272
3	<i>Das Kommunikationsmodell mit Multi-Agentenumgebung</i>	282
4	<i>Das Vorgehensmodell</i>	284
4.1	Grundsätzliche Anmerkungen.....	284
4.2	Identifikation des strategisch relevanten Wissens.....	286



4.3	Überblick über das Vorgehensmodell	287
4.4	Erhebungen zur Identifikation der Wissensmanagement-Aktivitäten	288
4.5	Vorbereitung der Gestaltungsphase	289
4.6	Zusammenfassung	290
VI	Fazit und Ausblick	291
VII	Literatur	293