

Inhaltsverzeichnis

- 1 Informationen, Daten, Wissen – die Bedeutung von Wissen in modernen Organisationen** 1
Florian Offergelt, Sebastian Hofreiter und Thomas Steiner

Teil I Impulse aus der Forschung

- 2 Wissensmanagement in Organisationen: Diagnose des Status quo und Gestaltung des Umgangs mit Wissen** 7
Florian Offergelt, Sebastian Hofreiter und Thomas Steiner
- 3 Treiber und Barrieren der Wissensweitergabe in Organisationen: eine Darstellung und Abgrenzung bekannter Phänomene** 19
Florian Offergelt
- 4 Wann ist zu wenig zu viel? Die Rolle von Wissen in Kreativitätsprozessen** ... 37
Sebastian Hofreiter
- 5 Sei schlau, stell dich dumm? Über die Vor- und Nachteile des Verbergens von Wissen im Arbeitsleben** 51
Laura Venz
- 6 Unlocking the Non-sharing Behavior of Knowledge: A Case of SKARP (Sharing Knowledge and Research as Pleasure)** 63
Amitabh Anand
- 7 Verzerrungen in der Bewertung, Verarbeitung und Weitergabe von Wissen** 71
Roland Quabis
- 8 „Ich hatte gute Gründe dafür!“ Motive für Knowledge Hidding in Organisationen** 87
Kristin Knipfer und Sebastian Mangold
- 9 Die Dualität von Kundenwissen** 99
Lukas Stein und Moritz Steinwender

10	Relationale Modelle und Wissensaustausch in Organisationen	123
	Johannes F. W. Arendt	
11	Wissen in unsicheren Zeiten – von Antifragilität profitieren	139
	Thomas H. Steiner und Christian Hager	
12	Menschliche und künstliche Intelligenz im Wissensmanagement: eine Reflexion auf Basis von Daten, Information, Wissen und Weisheit	151
	Sabrina Renz, Jeanette Kalimeris und Matthias Spörrle	
 Teil II Erkenntnisse aus der Praxis		
13	Influencing for Good – Generieren und Evaluieren von Wissen durch einen kreativen und kollaborativen Produktentwicklungsansatz	169
	Bertram List	
14	Wissensweitergabe in einer stark wachsenden Organisation – die ZAWI-Treuhand Steuerberatungsgesellschaft als Praxisbeispiel.	177
	Sascha Kapfer, Jennifer Heckl und Verena Sailer	
15	Was macht erfolgreiches Verhalten in Firmen aus? Wie mithilfe von künstlicher Intelligenz (KI) implizite Verhaltensweisen messbar und nutzbar gemacht werden	187
	Christoph Hohenberger	
16	Nachfolge und Wissensweitergabe in Familienunternehmen – ein persönlicher Erfahrungsbericht	211
	David Bircks	