



Inhaltsverzeichnis

Oliver Gassmann

Crowdsourcing - Innovationsmanagement mit Schwarmintelligenz

- Interaktiv Ideen finden - Kollektives Wissen effektiv nutzen - Mit  
Fallbeispielen und Checklisten

ISBN (Buch): 978-3-446-43182-9

ISBN (E-Book): 978-3-446-43289-5

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-43182-9>

sowie im Buchhandel.

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Crowdsourcing: Eine kurze Einführung</b> .....	<b>1</b>
1.1	Schneller, besser und kundennäher .....	3
1.2	Crowdsourcing-Konzepte .....	5
1.3	Schritte des Crowdsourcings .....	15
1.4	Chancen und Risiken .....	17
1.5	Wo geht die Reise hin? .....	19
<b>2</b>	<b>Der Crowdsourcing-Prozess</b> .....	<b>23</b>
2.1	Definierte Ziele, ein klarer Prozess und die richtigen Fragen .....	25
2.2	Vorbereitung .....	28
2.3	Initiierung .....	32
2.4	Durchführung .....	38
2.5	Auswertung .....	40
2.6	Verwertung .....	42
2.7	Die wichtigsten Fragen in Kürze .....	44
<b>3</b>	<b>Die Architektur von Crowdsourcing: Wie begeistert man die Crowd?</b> .....	<b>47</b>
3.1	Crowdsourcing ist kein Selbstläufer .....	49
3.2	Basisdimensionen von Crowdsourcing .....	50
3.3	Erfolgswirkungen der Basisdimensionen .....	53
3.4	Fazit: Crowdsourcing – aber richtig! .....	60
<b>4</b>	<b>Atizo: Unterstützung durch Produkt-, Dienstleistungs- und Marketingideen</b> .....	<b>63</b>
4.1	Funktionsweise .....	65

4.2	Erfolgsfaktoren .....	70
4.3	Vorteile .....	72
4.4	Einsatzmöglichkeiten .....	73
4.5	Fallstudie: Crowdsourcing bei <i>Migros</i> .....	<b>75</b>
4.6	Crowdsourcing ist eine Denkhaltung .....	79
<b>5</b>	<b>InnoCentive: Ein kreativer Lösungsansatz durch externe Spezialisten .....</b>	<b>81</b>
5.1	200 000 Wissenschaftler als Potential .....	83
5.2	Die InnoCentive-Innovationslösung für Unternehmen .....	86
5.3	InnoCentive@Work .....	87
5.4	Die InnoCentive.com-Plattform: Die Wertschöpfungskette, optimiert .....	89
5.5	ONRAMP: Erfolgreiche Implementierung von InnoCentive in die Unternehmensstruktur des Kunden .....	93
5.6	Der InnoCentive-Kundenservice: Experten für die erfolgreiche Lösungsfindung .....	95
5.7	Der Expertenpool von InnoCentive .....	96
5.8	Fallstudien .....	97
5.9	Return on Investment: messbarer Erfolg .....	101
5.10	Ausblick: F&E-Kosten verschieben sich vom Unternehmen in den Markt .....	102
<b>6</b>	<b>Tchibo ideas: Kein kalter Kaffee .....</b>	<b>105</b>
6.1	Ideenwelten beleben .....	107
6.2	Funktionsweise .....	108
6.3	Erfolgsfaktoren .....	112
6.4	Innovation und Kundennähe .....	114
6.5	Umsetzung der Produktideen .....	115
<b>7</b>	<b>HYVE: Entwicklung von Plattformen für erfolgreiches Crowdsourcing .....</b>	<b>117</b>
7.1	Erfolgreiches Crowdsourcing innerhalb und außerhalb des Unternehmens .....	119
7.2	Erfolgsmuster für den Betrieb einer Crowdsourcing-Plattform .....	120
7.3	Erfolgsmuster entlang des Prozesses .....	131
7.4	Zusammenfassung .....	132

<b>8</b>	<b>Denkmotor: Arbeiten mit der physischen Crowd</b> . . . . .	<b>135</b>
8.1	Crowdsourcing auch ohne das Internet? . . . . .	137
8.2	Innovationsworkshop . . . . .	140
8.3	Ideenauswahl und Dokumentation . . . . .	144
8.4	Tipps für den Ideenfindungsworkshop . . . . .	147
8.5	Fazit . . . . .	151
<b>9</b>	<b>Creative Crowd: Ausblick auf das Crowdsourcing der Zukunft</b> . . . . .	<b>153</b>
9.1	Was den Zukunftsforscher umtreibt . . . . .	155
9.2	Vor uns liegt die Kreative Ökonomie . . . . .	156
9.3	Die ökonomische Relevanz des Kreativen Sektors . . . . .	160
9.4	Die Struktur des Kreativen Sektors . . . . .	162
9.5	Der Blick nach vorne: Wie sieht Crowdsourcing im Jahr 2020 aus? . . . . .	166
9.6	Von F.B.I. bis Experten-Clash – Acht Miniszzenarien zeigen mögliche Zukünfte . . . . .	167
9.7	Fünf Schlüsselthesen zu Crowdsourcing 2020 . . . . .	171
<b>10</b>	<b>Praktische Durchführung: Hürden und Tipps</b> . . . . .	<b>175</b>
10.1	Crowdsourcing als wertvolles Instrument . . . . .	177
10.2	Crowdsourcing, ja oder nein? . . . . .	178
10.3	Hürden und Tipps . . . . .	181
10.4	Verpatztes Crowdsourcing – Fallbeispiele . . . . .	190
10.5	Das Wichtigste in Kürze . . . . .	193
	<b>Autoren</b> . . . . .	<b>195</b>
	<b>Literatur</b> . . . . .	<b>201</b>
	<b>Firmenverzeichnis</b> . . . . .	<b>205</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	<b>209</b>