

1	Crowdsourcing: Eine kurze Einführung	1
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
2	Der Crowdsourcing-Prozess	23
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	45
3	Die Architektur von Crowdsourcing: Wie begeistert man die Crowd?	47
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
4	Atizo: Unterstützung durch Produkt-, Dienstleistungs- und Marketingideen	63
4.1	Funktionsweise	65

4.2	Erfolgsfaktoren	70
4.3	Vorteile	72
4.4	Einsatzmöglichkeiten	73
4.5	Fallstudie: Crowdsourcing bei <i>Migros</i>	75
4.6	Crowdsourcing ist eine Denkhaltung	79
5	InnoCentive: Ein kreativer Lösungsansatz durch externe Spezialisten	81
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
6	Tchibo ideas: Kein kalter Kaffee	105
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
7	HYVE: Entwicklung von Plattformen für erfolgreiches Crowdsourcing	117
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

8	Denkmotor: Arbeiten mit der physischen Crowd	135
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
9	Creative Crowd: Ausblick auf das Crowdsourcing der Zukunft	153
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 Miniszenerien zeigen mögliche Zukünfte	167
9.7	Fünf Schlüsselthesen zu Crowdsourcing 2020	171
10	Praktische Durchführung: Hürden und Tipps	175
10.1	Crowdsourcing als wertvolles Instrument	177
10.2	Crowdsourcing, ja oder nein?	182
10.3	Hürden und Tipps	185
10.4	Verpatztes Crowdsourcing – Fallbeispiele	190
10.5	Das Wichtigste in Kürze	193
	Autoren	195
	Literatur	201
	Firmenverzeichnis	205
	Stichwortverzeichnis	209