

Index

Personen- und Firmenindex

121TIME VII, 239

Adidas 170, 176, 192, 197, 204, 257

Akao, Yoji 111

Apache Server 180

BAA Food Flavors 168

Barnard, Chester 4

Beckham, Dave 192

Bell, Daniel 22

Benkler, Yoachi 6, 59, 71

BMW 97

BoingBoing Blog 52

Brunner, Jean-Claude 5, 27, 47

Cafe Brotraum VII

Cafepress 25, 242, 243

Chesbrough, Henry 117

Cisco 118

Converse 170

COSMOS/Projekt IX

Creative Commons 127

D.tools 165

Daimler Chrysler 244

Dell 28, 39, 43, 50, 62, 242

Dell, Michael 28

Dolzer 304

Drucker, Peter 22

EBay 97, 243

Eli Lilly 97, 116

eMachineshop.com 25

Encyclopaedia Britannica 64

Engelhardt, Werner 5, 47

EOS 218

EUROSHOE-Projekt IX

Exciting eCommerce Blog 52

Expedia 280, 288

Factory121 239

FC Bayern München 174

Flickr 64, 132, 313

Ford 15, 43, 142, 205

Ford, Henry 15, 205

Free CPU Projekt 184

Gadowski, Lukas V, 52

Gates, Bill 132

General Electric 113

Google 132, 243

Graham, Bette N. 124

Griffith, Saul 141

Grün, Oskar 6, 27, 47

Gutenberg, Erich 18

Gutenberg-Projekt 59

Hansen, Ursula 5

Harley Davidson 210

Heinen, Edmund

Henkel, Joachim 128

Hennig, Thorsten 5
Herstatt, Cornelius 97
Hyve 313
IBM 183
Ikea 1
Innocentive 93, 96, 104,115, 117,
171, 175
InnovationNet.com 115
Intellifit 209
Jacana Tours 284, 290
Kite-Surfing 41, 54, 56, 62, 71, 142
Kleinaltenkamp, Michael 5, 46, 47
Klemmer, Scott 165
Krisch, Jochen 52
Land's End 209, 304
LEGO 174, 253
Lindemann, Udo VIII
Linel GmbH 294
Linux 64, 180
Liquid Paper 124
Loewe 234
Lucent 113, 118
Lugnet 254
Lulu.com 25
Lutz, Burkhard 17
MACS-Projekt IX
MAKE Magazine 25
Mathworks 189
MeJeans 304
mi Adidas 170, 192, 204, 257, 259
Microsoft 89, 132
Misterovivh, Pat 141
Muji 188
My Virtual Model (MVM) 209
NASA-Clickworker Projekt 59, 70
Netscape 133
Nike 170, 192, 258, 259
NineSigma 115
Normann, Richard 4, 5, 47
Novell 183
Odeo 141
Open Invention Network 182
Oscar Projekt 184, 313
Ouside Innovation Blog 132
Personalnovel V
Pez MP3 Player 141
Philips 183
Pine, Joseph B. 204
Porter, Michael 5, 12
Prahald, C.K. 5, 47, 81
Pribilla, Peter II
Procter & Gamble 114, 117, 171
Puma 170
Ramaswamy, Venkatram 5, 47
Ramirez, Rafael 4, 5, 47, 71
RAND Corporation 158
Raymonds, Eric 181
Red Hat 183
Reebok 170, 258
Rieder, Kerstin 6, 27
Schonfeld, Eric 63
Schumpeter, Joseph 97,116, 172
Seybold, Patricia 132
Siquid Labs 142
Smith, Adam 172
Sony 183
Spreadshirt V, 51, 52, 56, 62, 87,
105, 242
Stallman, Richard 270
Stata Corp 88
Stiftung Warentest 24
Stotko, Christof 219

Sun Microsystems 64
 Swarovski 177

Taylor, Frederick 11
 Threadless 2, 43, 62, 71, 88, 105, 189
 Timberland 170
 Tipp-Ex 124
 Toffler, Alvin 4
 TU München 174
 von Hippel, Eric IX, 6, 47, 54, 113, 127, 141

Voß, Günter 6, 27, 46

Wikipedia 43, 59, 64, 70, 88, 132, 184, 270
 Wikström, Solveig 4, 47, 71
 WINSERV Projekt VIII

Xerox 113

YouEncore 115

Zagat V, 3
 Zazzle 242, 243
 Zeroprestige.org 42
 Zuboff, Shoshana 27

Sachindex

3D-Drucker 218f

Absatzeffizienz 214f, 236, 301
 Absorptionsfähigkeit, Absorptive Capacity 84f, 90
 Allokationsproblem 11f, 18, 82
 Amateurfunk, User Innovation im VI
 Anwendungswissen 83f, 91, 316
 Arbeitsteilung, klassische 14, 125, 150, 316
 Arbeitsteilung, neue 3, 9, 45, 150
 assemble-to-order 210
 Austausch, sozialer 1, 45, 72

Baukastensystem 29
 Bedürfnisinformation 48, 55ff, 103, 107ff, 119f, 124ff, 152, 214, 316
 Bedürfnispyramide 23
 Bedürfnisse, Kunden-54, 72, 122, 137, 142, 193, 207, 230
 Bedürfnisse, offene 137, 142
 Betriebsführung, wissenschaftliche 11, 14
 Beziehungsmarketing 4, 155, 201, 227f, 236, 253, 301
 Blog 25, 52
 Bridging-Strategie 79, 81, 84
 build-to-order 210
 bundle-to-order 209

Closed Innovation 117, 119
 Clubgüter 68
 Cluster-Analyse 55
 Co-Creation 5, 46f, 199
 Co-Design 133, 144, 167, 169ff, 198, 199ff, 208, 232, 237, 243, 245
 Collective Innovation 73

Commons-based Peer-Production
 6,13f, 58f, 63, 73, 87, 90, 134,
 177, 180, 314
 Communication Rings 178f
 Communities for User Innovation
 151, 176, 189
 Communities of Practice 179
 Communities 42, 63, 126, 178
 Communities, Basisliteratur 189
 Community-Medien VI
 Conjoint-Analyse 111, 194
 Consensual Assessment Technique
 (CAT) 174, 257
 Content Trees 178f, 186
 Co-Produktion 26, 46, 47
 Cost-to-Market 150, 151
 Customer Integration 5, 47
 Customer Relationship Management
 (CRM) 155, 201, 228, 262,
 301
 Customer-active paradigm (CAP) 6,
 42, 106, 120, 122, 123, 128
 Customer-Pull-Strategie 212
Decoupling-Punkt 211
 Delphi-Methode 157, 158
 Demokratisierung von Innovation
 127
 Design-it-yourself 133, 141, 145
 Designwettbewerb 43, 264
 Development-to-order 151, 210, 226
 Dienstleistungsproduktion 48, 200
 Differenzierungsstrategie, -politik 24,
 46, 76, 192, 201, 230, 308
 Do-it-yourself 133, 141f, 145, 199
 Dynamic Packaging 279ff, 285,
 287ff
Early-Adopter 138, 148
 E-Commerce 52
 Economies of Integration 202, 223,
 229, 236, 237, 306
 Economies of Scale 3, 17, 19f
 Economies of Scope 17, 19, 21
 Effizienz, operationale 25
 Eigenbedarf 6, 54
 Einzelfertigung 22, 52, 202ff, 205,
 216f, 223, 230, 262, 296
 embedded configuration 226
 Empowerment 21, 24, 27, 76
 engineer-to-order 210, 296
 Erfahrungseigenschaften 242
 Erfindung, Begriff 98
 Ertragsgesetz 10, 19, 67
 Exploring-Phase 238, 244
 Externalitäten 68, 70f
Faktor, dispositiver 18
 Faktor, externer 5, 48, 158
 First-Copy-Costs 67, 71, 158
 Fit-to-Market 46, 75f, 150ff, 224
 Flow-Erlebnis 145, 250f
 Fokusgruppen 109
 Free Revealing 71f, 124, 136
 Frictionless Commerce 39
 Fuzzy Front End 55, 103
Gatekeeper 89
 Gemeinschaften, virtuelle 178, 183f,
 186, 188
 Gesellschaft, postindustrielle 22
 Granularität 45f, 62f, 73,81, 92
 Grenze des Unternehmens 30
Hedonismus 23, 259
 Herstellerinnovation 104, 122, 124
 Heterogenisierung, Heterogenität 21,
 26, 54
 Hybrid-Strategie 24, 29
Idealpunkt 193f, 210, 213, 230f, 308

Ideation 103
 Ideenbörsen 96
 Ideengenerierung 96, 101, 103, 129, 131f, 151, 173, 180, 314f
 Ideenwettbewerb 93, 160, 173ff, 257, 262f, 265ff
 Individualisierung der Nachfrage 22, 28, 40, 76, 95, 192, 198
 Individualisierung von Dienstleistungen 196
 Information Overload 221
 Informations- und Kommunikationstechnologie, neue Möglichkeiten 4, 22, 30, 37, 66, 80, 223
 Informationsdienstleister 30
 Informationsgüter 65ff, 71, 94, 132, 134, 242, 270
 Informationsopportunitätskosten 60
 Informationsparadoxon 66f
 Informationsproduktion 60, 62, 66f, 70f, 82
 Innovation, Arten 101
 Innovation, Begriff 97
 Innovationsbereitschaft 82, 136, 140, 146
 Innovationsfähigkeit 37, 82f, 90, 95f, 135, 137, 140
 Innovationsgrad 77, 100ff, 153, 163
 Innovationsnetzwerke 91, 114, 116, 117, 119f, 177
 Innovationswettbewerb 149, 156, 171f, 188, 257, 263, 265
 Institutionenökonomie 33
 Integration, vertikale 17, 32, 35, 60
 Intellectual Property Rights (IP) 65
 Interaktion, Interaktionsprozess 39, 45, 200, 213, 232, 237
 Interaktionserlebnis 46, 75
 Interaktionskompetenz 46, 63, 71, 79, 81, 84, 90ff, 133, 316
 Interaktionskosten 74, 148f, 191, 219, 236, 310
 Interaktionsplattform 2, 71, 87, 93, 164f, 177, 200, 263
 Involvement 138f, 149, 188, 232, 250
Käufermärkte 7, 24, 29f
 Käuferverhalten 30
 Kernkompetenz 10, 36, 77f, 84, 118, 258, 316
 Kommunikationsphase 241
 Kommunikationsstrukturen 85
 Komplexität, kognitive 139, 149
 Konfiguration, Konfigurator 80, 169, 193, 207, 208, 220, 239, 244, 245, 249ff, 260, 291, 296ff
 Konfiguration, Kosten der 220
 Konfigurator, Aufgaben des 248
 Konsumkompetenz 137
 Konsumsoziologie 5
 Kontinuierliche Verbesserung 205, 262
 Konzeptentwicklung 103
 Kooperation 1,4, 6, 31, 32, 34f, 43, 47, 59, 73, 91, 119f, 126f, 131, 140, 147, 299, 313
 Koordination bei Commons-based Peer-Production 88
 Koordination durch Märkte 38, 314
 Koordination, hierarchische 14, 17, 314
 Koordination, hybride 29, 119
 Koordinationsproblem 16, 29, 33, 62, 274
 Kosteneffizienz 12, 199, 214, 215, 223, 225, 230, 292, 301, 305
 Kostenführerschaft 19, 76, 196

Kostenoption 202
 Kostenwirtschaftlichkeit 7, 18, 35,
 202, 214, 313
 Kreativität, Bewertung von 174
 Kreativitätstechniken 162
 Kunde als strategische Ressource 78
 Kunde, aktive 25, 26, 40
 Kundenaktivismus 25
 Kundenbedürfnisse 8, 50, 54, 72,
 100, 122, 137, 142, 152, 193,
 207, 230, 253, 285
 Kundeninnovation 95, 120, 122, 133,
 234
 Kundenintegration 5, 9, 13, 40, 45ff,
 100, 104f, 134, 144, 146, 199,
 203, 210, 223
 Kundenintegration, Basisliteratur 53
 Kundeninteraktion, Basisliteratur 255
 Kundeninteraktion, Phasenmodell
 239
 Kundenorientierung 105, 107, 111,
 113
 Kundenwissen 49, 56, 78, 84f, 89,
 129, 134, 253
Lasersintern 104
 Lead User 46, 47, 57, 81, 125, 137,
 148, 156, 208
 Lead User, Basisliteratur 163
 Lead User, Eigenschaften von 137,
 149, 159
 Lead User, Identifikation von 159,
 176, 257, 269
 Learning Relationship 228, 230, 253
 Leistungspotenzial 48, 49, 146, 238,
 241
 Leistungstiefe 32
 locate-to-order 209
 Lösungsinformation 55ff, 108, 107f,
 126, 129, 137, 143f
 Lösungsraum 45, 49, 100, 124, 166,
 199, 203, 208
 Low-cost user innovation niche 143
Make-to-order 196, 198, 210, 262
 Manufacturer-active paradigm
 (MAP) 6, 42, 56, 113, 120,
 123, 128, 154
 Marken-Communities 185
 Markteinführung 79, 102ff, 104, 120,
 149ff, 151, 209
 Marktforschung 8, 26, 40, 46, 55,
 109f, 122, 152, 192
 Marktorientierung 29, 40, 76, 122
 Markttransparenz 8, 25, 38f, 76, 194
 mass confusion 221
 Mass Customization 9, 45, 50, 144,
 198, 235, 257, 285, 294, 303,
 315
 Mass Customization, Kosten aus
 Kundensicht 221
 Mass Customization, Prinzipien 199,
 204
 Massenproduktion 17, 23, 50, 194,
 198, 205, 207ff, 217, 305
 Massenproduktion,
 kundenindividuelle 198
 Maßkonfektion 227, 249, 303
 match-to-order 192, 209, 262
 Meinungsführerschaft 138
 Meinungsplattformen 185
 Micro-Merchandising 51
 Modularisierung 29, 62, 92, 166, 203
 Motivation von Lead Usern 137, 140,
 141
 Motivation, extrinsische 46, 74, 147
 Motivation, intrinsische 46, 75, 145,
 250
 Motivationsproblem 33, 62
 Motive, soziale 146

Move-to-the-Market-Hypothese 38
Need information 55
 Netzeffekte 72
 Netzwerkökonomie 50, 82
 Netzwerkorganisation 27, 30, 105,
 114, 314
 New-to-Market 153
 Not-Invented-Here-Problem 79, 89,
 118
 Nutzen, extrinsischer 46, 74, 147
 Nutzen, intrinsischer 46, 75, 145, 250
 Nutzen, Kunden- 46, 72, 135, 144,
 179
 Nutzerinnovation, User Innovation
 95, 122, 128
Offenlegung von Information 65
 Öffentliche Güter 68, 78
 Open Innovation 9, 45, 50, 77, 95,
 102, 106, 113, 129, 132, 208,
 257, 268, 315
 Open Innovation, Basisliteratur 135,
 155
 Open Innovation, Kosten und
 Grenzen der 154
 Open-Source, Motivation von OS-
 Programmieren 145
 Open-Source-Software 6, 59, 70, 73,
 132, 180
 Ordertracking 252
 Organisationsformen, hybride 35, 36
 Organisationsgrenze 30, 31
 Organisationsproblem 14, 32
 Organisationstheorie 4
Patente 66, 98
 Peer-to-Peer-Produktion 60
 Phasenmodell des
 Innovationsprozess 101
 Preisdiskriminierung 38, 202, 230,
 233
 Preispremium 202, 230, 233, 308
 Preiswettbewerb 38, 39, 234
 Pride-of-authorship Effekt 145, 232
 Principal-Agent-Ansatz 221
 Principles of Common Wisdom 17
 Problemlösung, verteilte 96
 Problemlösungsprozess 116, 151
 Produktdatenmanagement (PDM)
 298
 Produktdifferenzierung 40, 76, 201,
 230
 Produktindividualisierung 9, 50, 52,
 75, 77, 193, 195, 201, 238
 Produktindividualisierung,
 Ansatzpunkte 202, 215, 315
 Produktinnovation 99
 Produktions- und Kostenfunktionen
 19
 Produktionsnetzwerke 31
 Produktionstheorie 18
 Produktivität 18
 Produktqualität 230
 Produkt-Service-Bündel 1
 Property-Rights-Theorie 33, 34, 63,
 65
 Prosumer 4, 46
 Prototypen 54, 104
 Prozessinnovation 90, 99
 Prozesszufriedenheit, -qualität 145,
 214, 230, 232, 250
 Pyramiding 159
Qualität, hedonistische 144
 Quality Function Deployment 110,
 126, 315
Rapid Manufacturing 217, 218
 Rapid Prototyping 104, 217

Rationalitätprinzip 11
 Resouce-Dependence-Theorie 78
 Ressourcenabhängigkeit, Theorie der
 78
 Ressourcenorientierter Ansatz 77
 Reziprozität 75
SScanner, Körper- 209, 260, 304
 Schnittstellenprobleme 29
 Schuhindustrie 171
 Scientific Management 14, 15
 Screening 160
 Segment-of-one 54
 Selbstbedienung 1, 25, 46
 Selbstmotivation 4
 Selbstorganisation 40
 Selbstselektion 4, 60
 Self-Service 41
 Simulation 164
 Skaleneffekte 17, 60, 67, 217
 Social Commerce VI
 Soft Customization 209
 Solution information 55
 Solution Space 45, 49, 166
 Spezialisierungseffekte 60
 Spezifität 35
 Sportartikelbranche 122
 Standardisierung 196, 203, 213
 Standortfrage 31
 Stereolithografie 104
 sticky information 56, 57, 69, 129,
 143, 164, 208, 214, 224
 Structure-Conduct-Performance-
 Modell 76
 Subsidiaritätsprinzip 90
 Sucheigenschaften 242
 Supply Chain 37, 192,
 Szenario-Analyse 158

Task partitioning 57
 Taylorismus 14, 49
 Teamkompetenz 139
 Telekooperation 30
 Time-to-Market 150
 Toolkits for Co-Design 144, 163,
 167, 170, 207, 237, 245
 Toolkits for User Innovation 47, 80,
 104, 144, 151, 160, 163, 237,
 246
 Toolkits zum Ideentransfer 171
 Toolkits, Basisliteratur 172
 Tragödie der Allmende 69
 Transaktionskosten 33, 34, 61, 92,
 147, 216, 310
 Trendanalyse 157
 Trial-and-Error 57, 116, 151, 165
Unternehmen, virtuelle 30
 Unternehmertum 33
 User Innovation Networks 62
Variantenfertigung 27
 Variety-Seeking 24
 Verbesserungsinnovation 90, 124,
 153
 Verbundeffekte 17, 217
 Vertrauenseigenschaften 242
 Vertriebskooperation 37
 Virtual Reality 38
 Voice-of-the-customer 105, 108, 122,
 129, 315
 Vorfertigungsgrad 203, 211
 Vorkombination 48, 211, 218
Web 2.0 132
 Wertschöpfung 11
 Wertschöpfung, Grenzen der
 interaktiven 74, 91, 93, 134,
 154, 221, 314

Wertschöpfung, interaktive 1, 4, 12,
40, 41, 44, 94, 131, 207, 237,
303, 314
Wertschöpfungskette 12
Wertschöpfungspartnerschaft 40
Wettbewerbsvorteile, Quellen der 76,
149
Wissen, explizites 69
Wissen, implizites 69
Wissen, lokales 45, 55, 69, 90, 117,
208
Wissen, Transformation von 82
Wissensarbeit 23
Wissensaustausch 40
Wissensökonomische Reife 56
Wissensproduktion, verteilte 59, 63
Zahlungsbereitschaft 75, 152
Zwangsarbeiter Kunde, These vom
25

Diese Version bezieht sich auf die erste Auflage des Buchs. Eine aktuelle Version dieser Datei erhalten Sie unter www.open-innovation.com/iws.

Diese Datei wurde von den Autoren des Buchs zum Download im Internet bereitgestellt. Die Verwendung und Verbreitung dieses Files ist unter den Bedingungen der Creative Commons Lizenz "Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 2.5" gestattet. Die genauen Bedingungen dieser Lizenz können Sie hier lesen:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/>

© Copyright 2006 by Ralf Reichwald und Frank Piller.