

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	VII
Vorwort	IX
Zusammenfassung	XI
Inhaltsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XIX
Formelverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis.....	XXIII
Symbolverzeichnis.....	XXV
1 Einleitung.....	1
1.1 Motivation und Relevanz des Themas	1
1.2 Ziele, Forschungsfragen und Methodologie.....	6
1.3 Aufbau der Arbeit.....	7
2 Konzeptionelle Grundlagen.....	11
2.1 Software und Softwareunternehmen	11
2.1.1 Software	11
2.1.2 Softwareunternehmen.....	13
2.2 Innovation und Innovationsprozesse.....	13
2.2.1 Innovation.....	13
2.2.2 Innovationsprozesse	14
2.2.3 Bedeutung der Ideenselektion	15
2.3 Öffnung von Innovationsprozessen.....	16
2.3.1 Open Innovation	16
2.3.2 Kundenintegration	17
2.3.3 Kundenwissen	18
2.3.3.1 Arten von Kundenwissen	18
2.3.3.2 Innovationsrelevantes Wissen des Kunden	20
2.4 Methoden der Open Innovation.....	22
2.4.1 Lead User Workshops	22
2.4.2 Toolkits.....	24
2.4.3 Ideenwettbewerbe.....	25
2.4.4 Open Innovation Communities	27
2.4.4.1 Arten von Open Innovation Communities	27
2.4.4.2 Definition und Kennzeichen von Open Innovation Communities	30
2.5 Kollektive Intelligenz	31
2.5.1 Überblick kollektive Intelligenz	31
2.5.2 Voraussetzungen kollektiver Intelligenz	36
2.5.3 Anwendungen kollektiver Intelligenz	39
2.6 Kollektive Ideenbewertung als Unterstützungssystem bei der Ideenselektion	41

2.6.1	Aggregationsmechanismen	41
2.6.2	Aktueller Forschungsstand	42
2.6.3	Potenziale und Limitationen	44
2.7	Zusammenfassung und Zwischenfazit	46
3	Theoretische Grundlagen der Ideenabsorption in Open Innovation Communities . 47	
3.1	Methodik des Literaturreviews	47
3.2	Überblick Absorptive Capacity	49
3.3	Ideenabsorptionsmodell für Open Innovation Communities	54
3.3.1	Ideenabsorptionsprozesse	54
3.3.1.1	Inputs der Ideenabsorption: Kundenwissen und Wissensbasis	56
3.3.1.2	Outputs der Ideenabsorption: Strategische Wettbewerbsvorteile	59
3.3.1.3	Kontingenzfaktoren der Ideenabsorption	61
3.3.2	IT-basierte Absorptionskompetenzen	65
3.4	Schlussfolgerung und Implikationen der Ergebnisse	70
3.4.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	70
3.4.2	Theoretische Implikationen	71
3.4.3	Praktische Implikationen	72
4	Empirische Analyse der Ideenabsorption in Open Innovation Communities..... 73	
4.1	Methodische Grundlagen	73
4.1.1	Fallstudienforschung	73
4.1.2	Prozessforschung	75
4.1.3	Qualitative Inhaltsanalyse	77
4.2	Datenerhebung und -analyse	78
4.2.1	Fallstudienauswahl	78
4.2.2	Datenquellen	80
4.2.3	Datenanalyse	84
4.3	Ergebnisse der Einzelfallstudien	86
4.3.1	Fall A: „OSS Brainstorm“	87
4.3.1.1	Ziele und Auslösetrigger von OSS Brainstorm	87
4.3.1.2	Ideenabsorption bei OSS Brainstorm	88
4.3.1.3	IT-basierte Absorptionskompetenzen bei OSS Brainstorm	94
4.3.2	Fall B: „ERP IdeaZone“	99
4.3.2.1	Ziele und Auslösetrigger von ERP IdeaZone	99
4.3.2.2	Ideenabsorption bei ERP IdeaZone	102
4.3.2.3	IT-basierte Absorptionskompetenzen bei ERP IdeaZone	107
4.3.3	Fall C: „ERP Steampunk“	111
4.3.3.1	Ziele und Auslösetrigger von ERP Steampunk	111
4.3.3.2	Ideenabsorption bei ERP Steampunk	113
4.3.3.3	IT-basierte Absorptionskompetenzen bei ERP Steampunk	118
4.3.4	Fall D: „Planet Lifecycle“	122
4.3.4.1	Ziele und Auslösetrigger von Planet Lifecycle	122
4.3.4.2	Ideenabsorption bei Planet Lifecycle	123
4.3.4.3	IT-basierte Absorptionskompetenzen bei Planet Lifecycle	128
4.4	Diskussion der Ergebnisse: Fallstudiensynthese	130
4.4.1	Synthese des Ideenabsorptionsmodells	131
4.4.1.1	Ziele und Auslösetrigger	131
4.4.1.2	Absorptionsprozesse	131

4.4.2	IT-basierte Absorptionskompetenzen	138
4.5	Schlussfolgerung und Implikationen der Ergebnisse	144
4.5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	144
4.5.2	Theoretische Implikationen	146
4.5.3	Praktische Implikationen und Handlungsempfehlungen	147
5	Unterstützung der Ideenabsorption in Open Innovation Communities durch	
	kollektive Ideenbewertung	151
5.1	Methodische Grundlagen	153
5.1.1	Experimentalforschung und Web-Experimente	153
5.1.2	Messung von Ideenqualität	155
5.1.2.1	Ideenqualität als doppelt komplexes Konstrukt	155
5.1.2.2	Methoden der Ideenbewertung	157
5.1.3	Grundlagen der verwendeten Analysemethoden	160
5.1.3.1	Konstruktvalidierung und Reliabilitätssicherung	160
5.1.3.2	Lineare Regressionsanalyse	164
5.1.3.3	Dummykodierung kategorialer Daten	166
5.1.3.4	Moderations- und Mediationsanalyse	166
5.1.3.5	Prognosefehler	170
5.2	Theoretische und konzeptionelle Grundlagen	170
5.2.1	Methoden der kollektiven Ideenbewertung	170
5.2.1.1	Bewertungsskalen zur Ideenbewertung	170
5.2.1.2	Informationsmärkte zur Ideenbewertung	171
5.2.1.3	Konzeptioneller Vergleich: Bewertungsskalen und Informationsmärkte ..	173
5.2.2	Theorie kognitiver Belastung	174
5.2.3	Ideenbewertungsprozess	175
5.2.4	Nutzereinstellungen und -zufriedenheit	177
5.3	Experiment I: Bewertungsgüte von Bewertungsskalen	177
5.3.1	Hypothesen und Forschungsmodell	178
5.3.1.1	Klassifikationsgüte	179
5.3.1.2	Einstellung gegenüber der Bewertungsskala und dem Innovationsportal ..	180
5.3.1.3	Kundenwissen	182
5.3.2	Forschungsdesign	185
5.3.2.1	Aufgabe und Experimentalgruppen	185
5.3.2.2	Teilnehmer	187
5.3.2.3	Vorgehensweise	188
5.3.2.4	Ideenauswahl	188
5.3.3	Datenquellen und Variablen	189
5.3.3.1	Klassifikationsgüte: Experten- und Teilnehmerbewertung	189
5.3.3.2	Teilnehmerbefragung und Konstruktvalidierung	191
5.3.3.3	Dummykodierung von Kriteriengranularität	194
5.3.4	Analyse und Ergebnisse	194
5.3.4.1	Aggregierte Ebene: Klassifikationsgüte auf Skalenebene	195
5.3.4.2	Nutzerebene: Hypothesentest	196
5.3.5	Diskussion der Ergebnisse	200
5.4	Experiment II: Gestaltung von Informationsmärkten	201
5.4.1	Hypothesen und Forschungsmodell	202
5.4.1.1	Klassifikationsgüte	202
5.4.1.2	Preiselastizität	204

5.4.2	Forschungsdesign	205
5.4.2.1	Aufgabe und Experimentalgruppen	205
5.4.2.2	Vorgehensweise	208
5.4.2.3	Teilnehmer	208
5.4.2.4	Ideenauswahl	209
5.4.3	Datenquellen und Variablen.....	209
5.4.3.1	Klassifikationsgüte: Experten- und Teilnehmerbewertung	209
5.4.3.2	Dummykodierung von Marktdesign und Preiselastizität	210
5.4.4	Analyse und Ergebnisse	211
5.4.4.1	Aggregierte Ebene: Klassifikationsgüte auf Marktebene.....	211
5.4.4.2	Nutzerebene: Hypothesentest	213
5.4.5	Diskussion der Ergebnisse	215
5.5	Experiment III: Bewertungsskala vs. Informationsmarkt	216
5.5.1	Hypothesen und Modellentwicklung	217
5.5.1.1	Klassifikationsgüte	217
5.5.1.2	Bewertungszufriedenheit.....	218
5.5.2	Forschungsdesign	219
5.5.2.1	Aufgabe und Experimentalgruppen	219
5.5.2.2	Vorgehensweise, Teilnehmer und Ideenauswahl	220
5.5.3	Datenquellen und Variablen.....	221
5.5.3.1	Klassifikationsgüte: Experten- und Teilnehmerbewertung	221
5.5.3.2	Teilnehmerbefragung und Konstruktvalidierung	222
5.5.3.3	Dummykodierung von Bewertungsmechanismus.....	223
5.5.4	Analyse und Ergebnisse	223
5.5.4.1	Aggregierte Ebene: Klassifikationsgüte auf Mechanismenebene	223
5.5.4.2	Nutzerebene: Hypothesentest	224
5.5.5	Diskussion der Ergebnisse	226
5.6	Schlussfolgerung und Implikationen der Ergebnisse	228
5.6.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	228
5.6.2	Theoretische Implikationen.....	229
5.6.3	Praktische Implikationen und Gestaltungsempfehlungen	231
6	Zusammenfassung und Ausblick.....	233
6.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	233
6.2	Theoretische Implikationen.....	235
6.3	Praktische Implikationen.....	237
6.4	Limitationen und zukünftiger Forschungsbedarf	239
6.4.1	Absorptionsprozesse und IT-basierte Absorptionskompetenzen	239
6.4.2	Mechanismen zur kollektiven Ideenbewertung.....	240
	Literaturverzeichnis.....	243
	Anhang A: Qualitative Inhaltsanalyse	277
	Anhang B: Beispiellidee	297

Open Innovation Communities

Absorptive Capacity und kollektive Ideenbewertung

Blohm, I.

2013, XXV, 298 S. 42 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00815-4