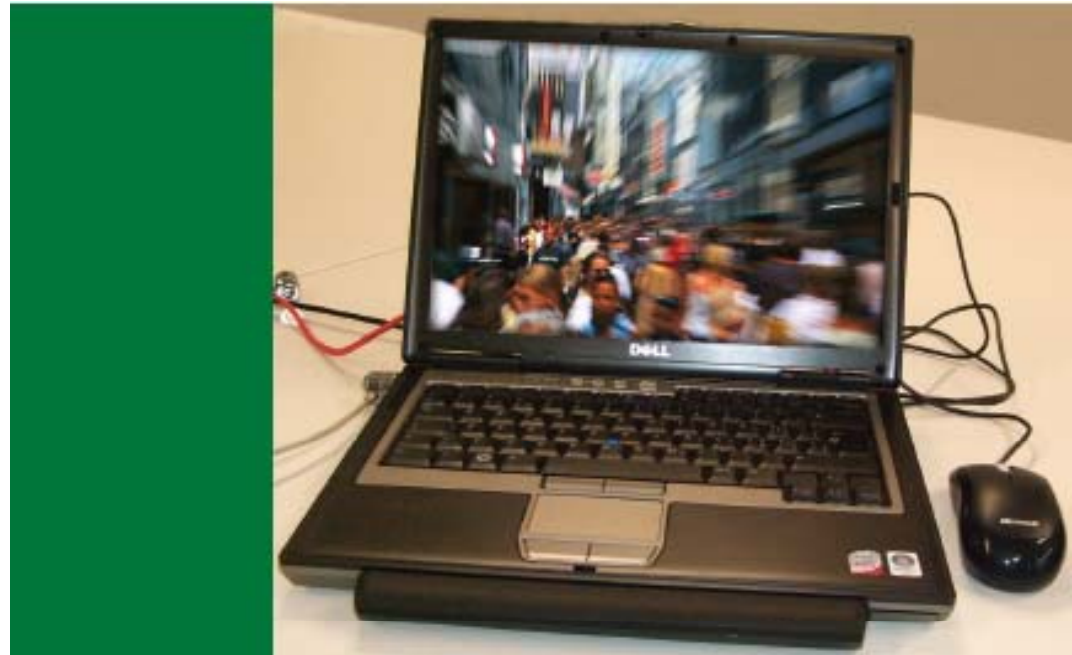


Business 2.0 IWI-HSG



Universität St.Gallen



Web-based Open Innovation

Wie Online-Gemeinschaften Dienstleistungen, Produkte und Wissen produzieren

Edu Media Fachtagung, Salzburg 2009

Prof. Dr. Andrea Back, HSG, www.business20.ch

Vortrag vertieft die Textzusammenfassung im Tagungsband

Perpetual Beta (A Web 2.0 Pattern)

Web-based Open Innovation - Wie Online-Gemeinschaften Dienstleistungen, Produkte und Wissen mitgestalten

Andrea Back

Universität St. Gallen, IWI Competence Network Business 2.0, Schweiz

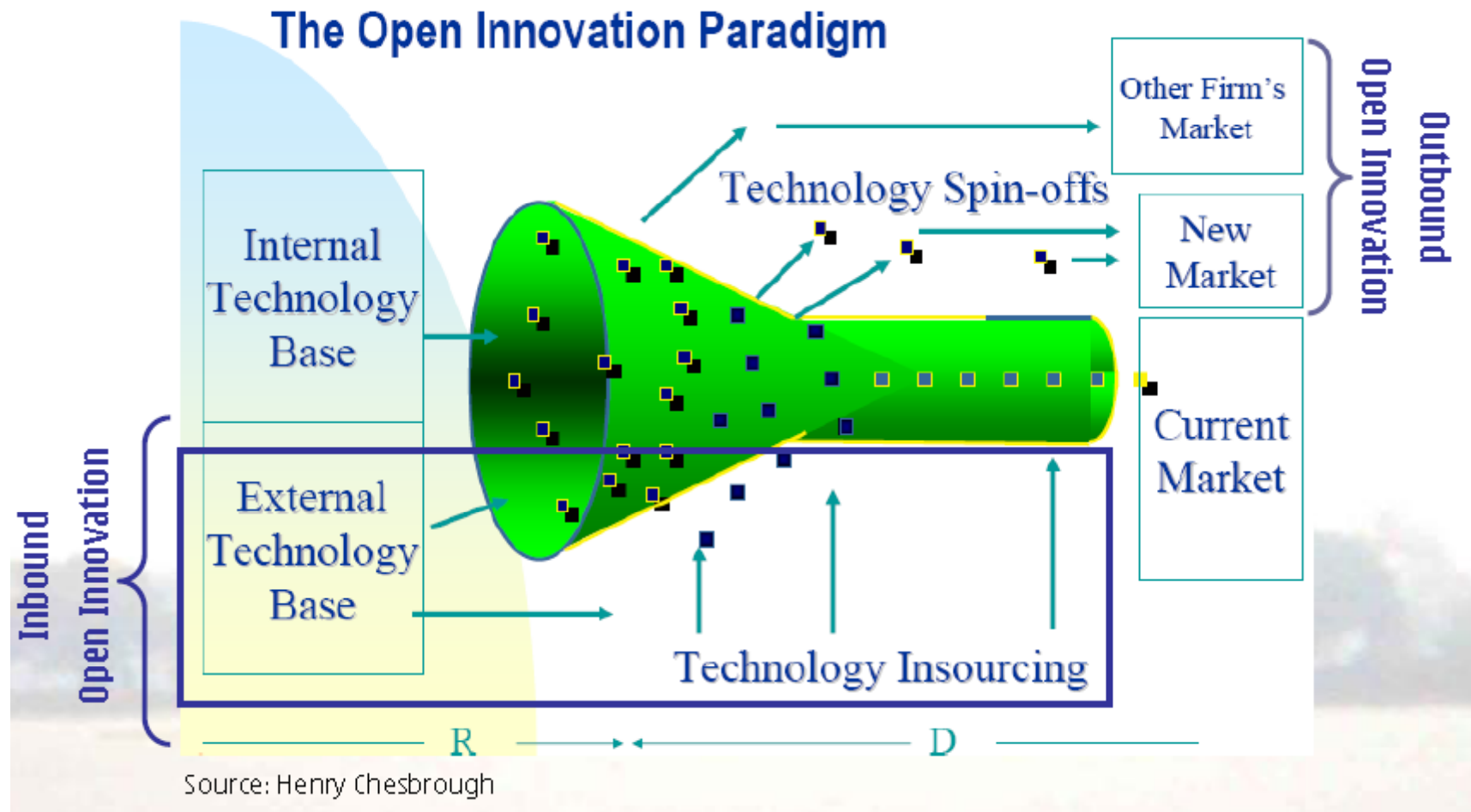
Abstract: Nach der erfolgreichen Open-Source-Bewegung bei Software löst das partizipative Web einen weiteren Entwicklungsschub bei der Öffnung des Innovationsprozesses (*Open Innovation*) aus. Crowdsourcing-Anwendungen und -Geschäftsmodelle gehen über webbasierte Lead-User-Konzepte hinaus. Die sogenannten Web-2.0-Technologien und Design Prinzipien fügen den Online-Foren grundlegend neue Gestaltungsmittel hinzu. Der Beitrag gibt einen Einblick in verschiedene Formen der Partizipation mit Unternehmensexternen, stellt Beispiele vor und geht schliesslich auf Herausforderungen für das Innovationsmanagement von Unternehmen ein.

Gliederung für die Leserzielgruppe: Managementpraxis

- 
- 1 Open Innovation – nicht so neu, oder doch?
 - 2 Gestaltungsraum und Fallbeispiele
 - 3 Prinzipien der Web-2.0-Bewegung (“Web-DNA”)
 - 4 Aufgaben für Forschung und Managementpraxis
 - 5 Methode für die Einbindung von Lead-Usern
 - 6 Fazit

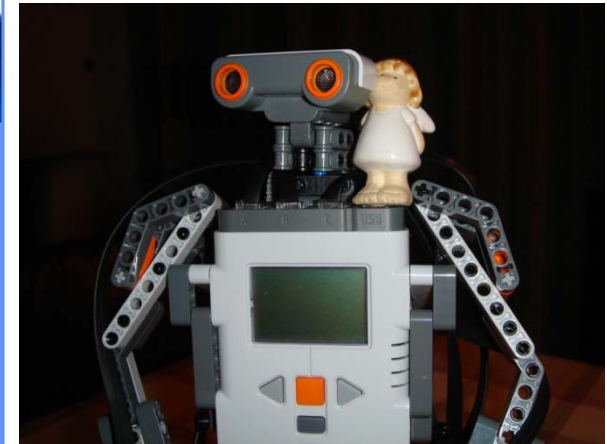
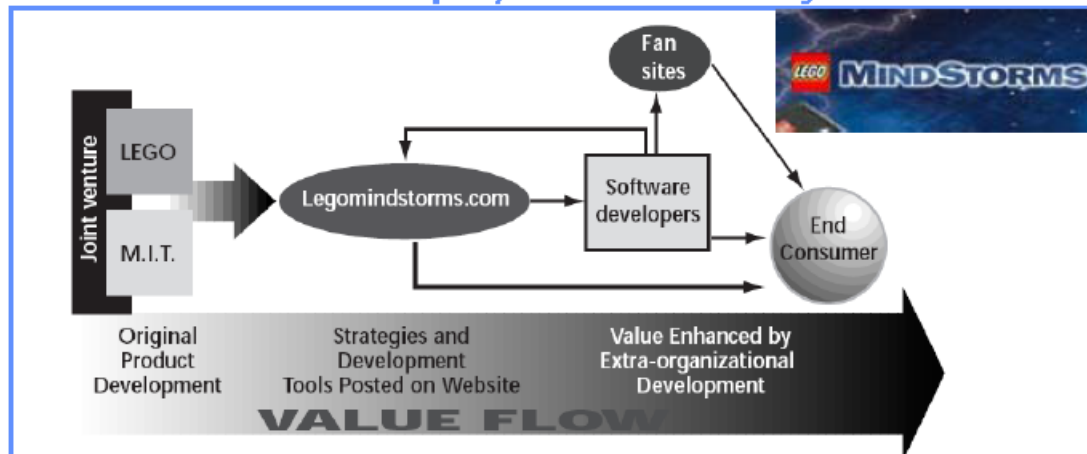
Open Innovation – nicht so neu

Und welche anderen Konzepte sind auch „nicht so neu“ ?



U.a.: Open Source Software

Lego MindStorms – unlocking innovation in the developer/user community



- JV between MIT faculty and students and Lego creates MindStorms
- 2 weeks after launch hackers decipher part of proprietary code, post it on the internet and start writing advanced new software for their robots and even creating a new operating system
- Despite fears of competitors copying the product, **Lego decided to not sue the hackers** and on the contrary released a developer's kit and incorporated the hackers' best ideas into the 2.0 version

- Lego hackers turned into an **volunteer team of beta testers and product development specialists** who developed MindStorms much beyond what the internal PD team could do and was planning to do

... The MindStorms open source community has accelerated product innovation and turned Lego MindStorms into a highly profitable product for Lego

Neu = Nächster Schritt: McKinsey Themen steigern die Aufmerksamkeit



Ergebnisse zu:

- 1 Open Innovation – nicht so neu, oder doch
- ➔ 2 Gestaltungsraum und Fallbeispiele
- 3 Prinzipien der Web-2.0-Bewegung („Web-DNA“)
- 4 Aufgaben für Forschung und Managementpraxis
- 5 Methode für die Einbindung von Lead-Usern
- 6 Fazit

Eine ganze Menge von Fallbeispielen: Wie könnte ein Ordnungsrahmen aussehen?



Company / Platform Name	URL	Idea Exchange	Creation Platform	Prediction Mkt.	Other (not relevant)
1. IBM Innovation Jam	http://www.collaboration.ibm.com/jam_start/2008/index.html				
2. Dell	http://www.dell.com/community				
3. Threadless	http://www.threadless.com/				
4. iStockphoto	http://www.istockphoto.com				
5. iStock	http://www.istock.com				
6. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
7. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
8. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
9. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
10. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
11. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
12. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
13. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
14. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
15. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
16. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
17. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
18. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
19. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
20. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
21. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
22. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
23. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
24. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
25. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
26. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
27. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
28. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
29. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
30. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
31. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
32. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
33. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
34. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
35. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
36. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
37. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
38. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
39. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
40. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
41. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
42. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
43. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
44. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
45. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
46. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
47. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
48. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
49. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
50. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
51. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
52. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
53. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
54. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
55. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
56. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
57. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
58. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
59. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
60. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
61. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
62. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
63. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
64. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
65. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
66. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
67. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
68. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
69. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
70. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
71. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
72. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
73. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				
74. iStockphoto Mobile Labs	http://www.istockphoto.com/mobilelabs				

74 Fallbeispiele

IBM Innovation Jam (2008 IBM WorldJam)



Fig. 16: Thread view with a main post and a comment, Source: Krischan, 2007, p. 9.

Fig. 14: Startpage of the InnovationJam 2006, Source: Krischan, 2007, p. 7.

My Starbucks Ideas

The screenshot shows the 'my STARBUCKS IDEA' website. At the top, a green navigation bar contains links: 'Share Your Idea', 'View All Ideas', 'Ideas In Action', and 'About This Site'. The Starbucks logo is on the right. Below the navigation bar, a green banner reads 'Help shape the future of Starbucks - with your ideas'. To the left, a 'Welcome, Guest' box prompts users to 'Sign In to share, vote & discuss' with a 'SIGN IN' button. Below this is a search bar. The main content area features four icons with corresponding actions: 'share' (a green plus sign), 'vote' (a green checkmark), 'discuss' (a blue speech bubble), and 'see' (a grey gear). Each action has a brief description. On the left side, there are two category lists: 'PRODUCTS' and 'EXPERIENCE', each with sub-items and counts. At the bottom left, an 'INVOLVEMENT' section is also listed. On the right, a 'MOST RECENT IDEAS' section displays three ideas with their timestamps. A 'QUESTION OF THE DAY' box is also present, asking for a favorite low fat muffin flavor.

my STARBUCKS IDEA SHARE. VOTE. DISCUSS. SEE.

Share Your Idea | View All Ideas | Ideas In Action | About This Site

Starbucks COFFEE

Welcome, Guest

Sign In to share, vote & discuss

SIGN IN

search

CATEGORIES

PRODUCTS

- Coffee & Espresso Drinks 16,144
- Tea & Other Drinks 4,949
- Food 6,875
- Merchandise & Music 2,959
- Starbucks Card 3,786
- Other Product Ideas 4,688

EXPERIENCE

- Ordering, Payment & Pick-Up 4,159
- Atmosphere & Locations 6,993
- Our Partners (Employees) 1,540
- Other Experience Ideas 4,388

INVOLVEMENT

- Building Community 2,083
- Social Responsibility 4,249

Help shape the future of Starbucks - with your ideas

You know better than anyone else what you want from Starbucks. So tell us. What's your Starbucks Idea? Revolutionary or simple-we want to hear it. Share your ideas, tell us what you think of other people's ideas and join the discussion. We're here, and we're ready to make ideas happen. Let's get started.

share

Post your Starbucks Idea - from ways we could improve to things we've never even thought of.

vote

Check out other people's ideas and vote on the ones you like best. The community votes. The community decides.

discuss

Talk about ideas with other customers and our Starbucks Idea Partners and help make them even better.

see

This is the proof. See which of your ideas were the most popular and watch as we take action.

MOST RECENT IDEAS

- Wind Power in Maryland 11 Second(s) Ago
- mini bagels or half a bagel 2 Hour(s) Ago
- Serve Real Cuban Coffee Espresso 2 Hour(s) Ago

VOTE QUESTION OF THE DAY

Which is your favorite low fat muffin flavor?



Atizo (wie TeKScout)



Fig. 12: Two-
Source: Own f



DRS Virus Mx3 (andere: Lego Designs, ...)

The screenshot shows the DRS Virus website. At the top left is the DRS logo. To its right is a navigation bar with links: Radio ein, Sendungen, Podcasts, Themen, Meine Meinung, Blogs, and Spiele. On the left side, there is a sidebar menu with links: Über uns, Unternehmen, Mitarbeitende, Offene Stellen, Standorte, Mediencorner, Medienkontakt, Medienmitteilungen, Bilddatenbank, Logodatenbank, Publikationen, Sponsoring, and Abschaltung Beromünster. The main content area features a headline 'Das DRS Virus-Publikum bestimmt das Nacht-Programm' and a sub-headline '«Mx3» bietet Auswahl für die neue DRS Virus-Sendung «Schweizer Nacht»'. The text below explains that listeners can choose the night music program from the Mx3 platform. It also mentions that since September 2006, over 10,500 bands and 33,000 songs have been registered on Mx3, and that listeners can now use this large music offer to try as a DJ.

DRS

Radio ein Sendungen Podcasts Themen Meine Meinung Blogs Spiele

Über uns:
Unternehmen
Mitarbeitende
Offene Stellen
Standorte
Mediencorner
Medienkontakt
Medienmitteilungen
Bilddatenbank
Logodatenbank
Publikationen
Sponsoring
Abschaltung Beromünster

Übersicht Februar 2009
Medienmitteilung vom Fr, 6.2.2009

Das DRS Virus-Publikum bestimmt das Nacht-Programm

«Mx3» bietet Auswahl für die neue DRS Virus-Sendung «Schweizer Nacht»

Ab sofort bestimmen die Hörerinnen und Hörer das nächtliche Musikprogramm von DRS Virus. Aus dem Angebot der Schweizer Musikplattform «Mx3» können sie das Programm der neuen DRS Virus-Sendung «Schweizer Nacht» zusammenstellen - montags bis freitags von 22.00 bis 6.00 Uhr, samstags und sonntags ab 24 Uhr auf DRS Virus.

Die Schweizer Musikplattform «Mx3» erfreut sich höchster Beliebtheit. Seit ihrer Aufschaltung im September 2006 haben sich über 10'500 Bands mit knapp 33'000 Songs registriert. In der Sendung «Schweizer Nacht» können die Hörerinnen und Hörer von DRS Virus nun eine Auswahl dieses grossen Musik-Angebots nutzen und sich selbst als DJ versuchen. «Wir verstärken unser Engagement für die Schweizer Musik und werden noch interaktiver», freut sich Christoph Aebersold, Leiter DRS Virus.

Business 2.0 IWI-HSG



Universität St.Gallen



IWI-HSG / Prof. Dr. Back

Prediction Markets

HAP11.MAR09 22.0 ▲ +11.0 US.RECESSION.2008 97.0 ▼ -0.2 DOW.09MAR.HIGHER 49.0 ▲ +4.0 DOW.09MAR.-2

intrade™ "Intrade futures market ~ the greatest time-saving invention of this century."
The Prediction Market

John Tierney The New York Times

User Name
Password
[Live Help](#) [Login Help](#) [Log In!](#)

[Home](#) [Signup](#) [Markets](#) [Trade](#) [Intrade Labs](#) [Forum](#)

Explanation of Contract Price

Any country currently using the Euro to announce their intention to drop it before 31 Dec 2010

Last Price: 27.5

What does this mean?

27.5 means the chance that this will happen is 27.5%

If you think it is more likely, you can buy the contract.

If you think it is less likely, you can sell the contract.

All markets trade in increments of 0.1

27.5 = \$2.75

Click [here](#) for more information

Gay Marriage - California Supreme Court and Proposition 8

California Supreme Court to overturn Proposition 8 by 31 Dec 2009

Searches Websites

● obama ● mccain

Search Volume index

Google Trends

News reference volume

Rank by obama

Google Trends geben Obama das meiste Interesse (Montag 3. Nov.)

A McCain, Obama clash in debate
Idaho State Journal - Oct 8 2008

B Obama 3, McCain 0
Truthdig - Oct 16 2008

C Obama 3, McCain 0
Truthdig - Oct 16 2008

D Obama goes prime-time; McCain goes after Obama
Jackson News-Tribune - Oct 29 2008

E McCain or Obama?
Syracuse Post Standard - Oct 29 2008

F McCain ad: "Obama praises McCain"
Hot Air - Oct 31 2008

[More news results >](#)



Threadless


[tYPeTE@s](#) [Select](#) [KIDS!](#)

[Login](#) [JOIN NOW!](#)

[Guys](#) [Girls](#) [Participate](#) [Info](#)

 **0** Items in your cart!
[CHECKOUT](#)
[ORDER STATUS](#) | [SERVICE & HELP](#)

[Search options](#)

New tees for MONDAY, MARCH 9



\$18
[The Infinite Struggle](#) by [Kszé Min Ker](#)



\$18
[Saber-toothed Tiger](#) by [Tobias Fonseca](#)



\$18
[Bitter Teeth](#) by [Ibrahim Dilek](#)



\$18
[The Icecreamator](#) by [Heiko Windisch](#)



\$18
[The Meaning of Life](#) by [Aled Lewis](#)

SPECIAL NEWS!



THE 2009 BESTEE OF THE MONTH!

The polls are open! [Vote for your favorite design of February 2009!](#) Most votes wins Bestee of the Month and \$2500! Plus, a big congratulations to January's Bestee of the Month winner "[Her Hair](#)"!

→ [VOTE FOR BESTEE OF THE MONTH!](#)

HUH? THREADLESS?

Threadless is a community-based tee shirt company with an ongoing, open call for design submissions.



IF YOUR DESIGN IS CHOSEN FOR PRINT, GET PAID UP TO
\$2,500+
 \$500 PER REPRINT

Business 2.0 IWI-HSG



Universität St.Gallen



IWI-HSG / Prof. Dr. Back

Novell Cool Solutions

Novell.

+ MENU

Welcome to Cool Solutions Community

+ Request a Sales Call
+ 800-529-3400

Cool Solutions Home
The Freezer
Novell Forums
Cool Tools
Cool Blogs
Cool Wiki
Job Board
Novell Museum
Knowledge Partners
Subscribe
Rewards
Get Involved >
Other Cool Stuff >

Site Help
Talk to Us

Novell Home
Communities Home
Technical Support
Technical Training



[All](#) | [Identity & Security](#) | [SUSE Linux Enterprise](#) | [Workgroup](#) | [ZENworks](#)

Cool Solutions



Pages [1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [5](#) | [6](#) | [7](#) | [8](#) | [9](#) | ... [Next »](#) [Last »](#)



Sneak Preview of SUSE Linux Enterprise 11

Search

☐ Hide

Shameless Plugs

☐ Hide

- Paper Size
- Duplex
- Paper Trays
- Color
- Landscape

My Links

☐ Hide

- + Groups
- + [Cool Solutions](#)
- + Latest images

Business 2.0 IWI-HSG



Universität St. Gallen



IWI-HSG / Prof. Dr. Back

Wozu brauchen wir einen Ordnungsrahmen? Welcher Ordnungsrahmen ist wofür nützlich?



Foto von iStockPhoto

**Habe zwar einen Ordnungsrahmen,
„Design Alternatives of Open Innovation Initiatives“
aber noch ohne Begründung (rigor & relevance)**

Gestaltungsraum Open Innovation 2.0

HSG-IWI3 Business 2.0 Cube - Beta

Value Chain Scope

- innovation process:
single, early phases
- final product:
design & creation
- industry:
business model

?

- *type of product: Service*
- *free or compensated contributions*
- *type of product: Info for Decision Support*

Type of Product

- physical
- digital
- **virtual world**

- market mechanisms
- collaborative wiki way
- threaded discussion

Type of Aggregation



Weitere Design-Alternative: Scope of Openness

Wikipedia ist nicht demokratisch: Compliance with Policies and Guidelines



Ergebnisse zu:

- 1 Open Innovation – nicht so neu, oder doch
- 2 Gestaltungsraum und Fallbeispiele
- ➔ 3 Prinzipien der Web-2.0-Bewegung („Web-DNA“)
- 4 Aufgaben für Forschung und Managementpraxis
- 5 Methode für die Einbindung von Lead-Usern
- 6 Fazit

Viele Führungskräfte verstehen 2.0 nicht, hier aber: A CEO Who „Get's It“ – Synaxon in Deutschland



Fr 1 Aug 2008

"Wie vom Donner gerührt" - vom Wiki-Selbstregelungsmechanismus (Teil 2 von 9)

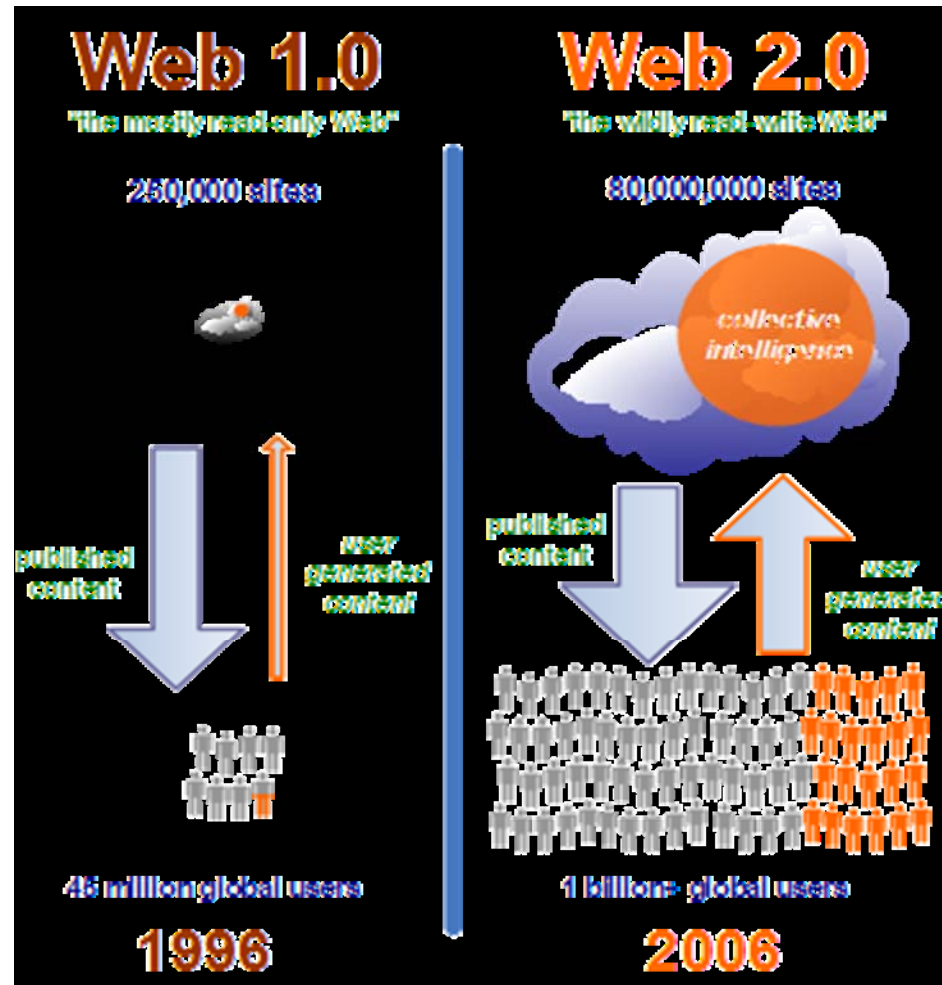
Posted by Andrea Back under Case Friday , Synaxon , Vlogs

Wann waren Sie das letzte Mal vom Donner gerührt? [Frank Roebbers](#), CEO der Synaxon AG, hatte dieses Erlebnis als er von [Jimmy Wales](#) hörte, wie [Wikipedia](#) funktioniert. Er war sich dann sicher, dass es mit dem Unternehmenswiki bei Synaxon klappen würde.

Wiki-Selbstregulierungsmechanismus: "Wie vom ..."

A video player interface showing a man sitting at a desk. The video is titled "Wiki-Selbstregulierungsmechanismus: 'Wie vom ...'". The video player has a play button in the center and a progress bar at the bottom showing 0:00 / 2:22. The video is hosted on YouTube, as indicated by the YouTube logo in the bottom right corner.

Warum spricht man von der „Nächsten Generation des Internet“?



Common Web 2.0 Attributes:

- massively connected
- decentralized
- user-focused
- open
- lightweight
- emergent

Die DNA des Web der nächsten Evolutionsstufe

Pattern	See also/a.k.a.	Exemplars	Practices	Issues
Harnessing Collective Intelligence	- Architecture of participation - Co-creation - Peer production - Wisdom of crowds	- Google - Wikipedia - Flickr - Amazon - delicious.us	- Pay the user first - Network effects by default - Involve users explicitly and implicitly - Trust your users - Software that improves the more people use it	- Trust - Quality - Walled gardens - Privacy
Data Is the Next "Intel Inside"		- Amazon - eBay - NAVTEQ - Craigslist - Gracenote	- Seek to own a unique source of data - Some rights reserved, not all - Following existing standards - Enhance the core data	- Balancing control - Ownership - Copyright

Software Above the Level of a Single Device

• Pervasive computing

Web 2.0 Principles and Best Practices (O'Reilly Radar, 2007)

Leveraging the Long Tail

Lightweight Models and Cost-Effective Scalability

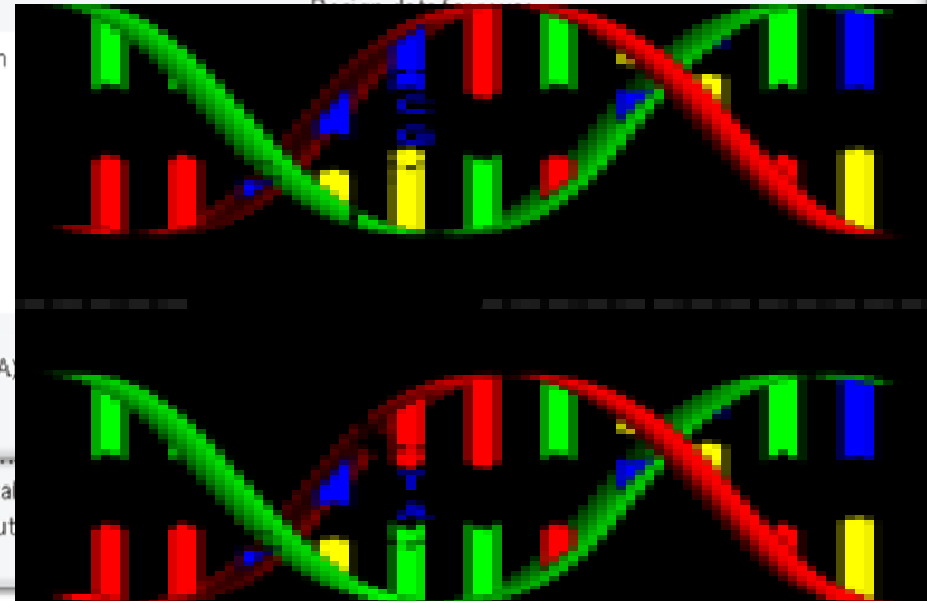
• Enterprise SOA

Rich User Experiences

• Rich Internet applications (RIA)
• Ajax

• Digg
• Flickr

• Scalability
• Out



Business 2.0 IWI-HSG

Universität St.Gallen

Foto Quelle:

<http://commons.wikimedia.org/wiki/Category:DNA?uselang=de>



IWI-HSG / Prof. Dr. Back

Die Erfolgslogik verstehen lernen: Mein Verständnis: Die DNA von Web-2.0-Lebewesen

Web-DNA-Analyse nach Web-2.0 Prinzipien von O'Reilly

Mittwoch 22. April 2009 - Von Andrea Back in der Kategorie Forschungswerkstatt



ANDREA BACK

Web-DNA-Analyse von (((rebell.tv)))
Publizieren und Kommunizieren in innovativen Genoss.

Buchbeitrag Web-DNA-Analyse
von rebell.tv

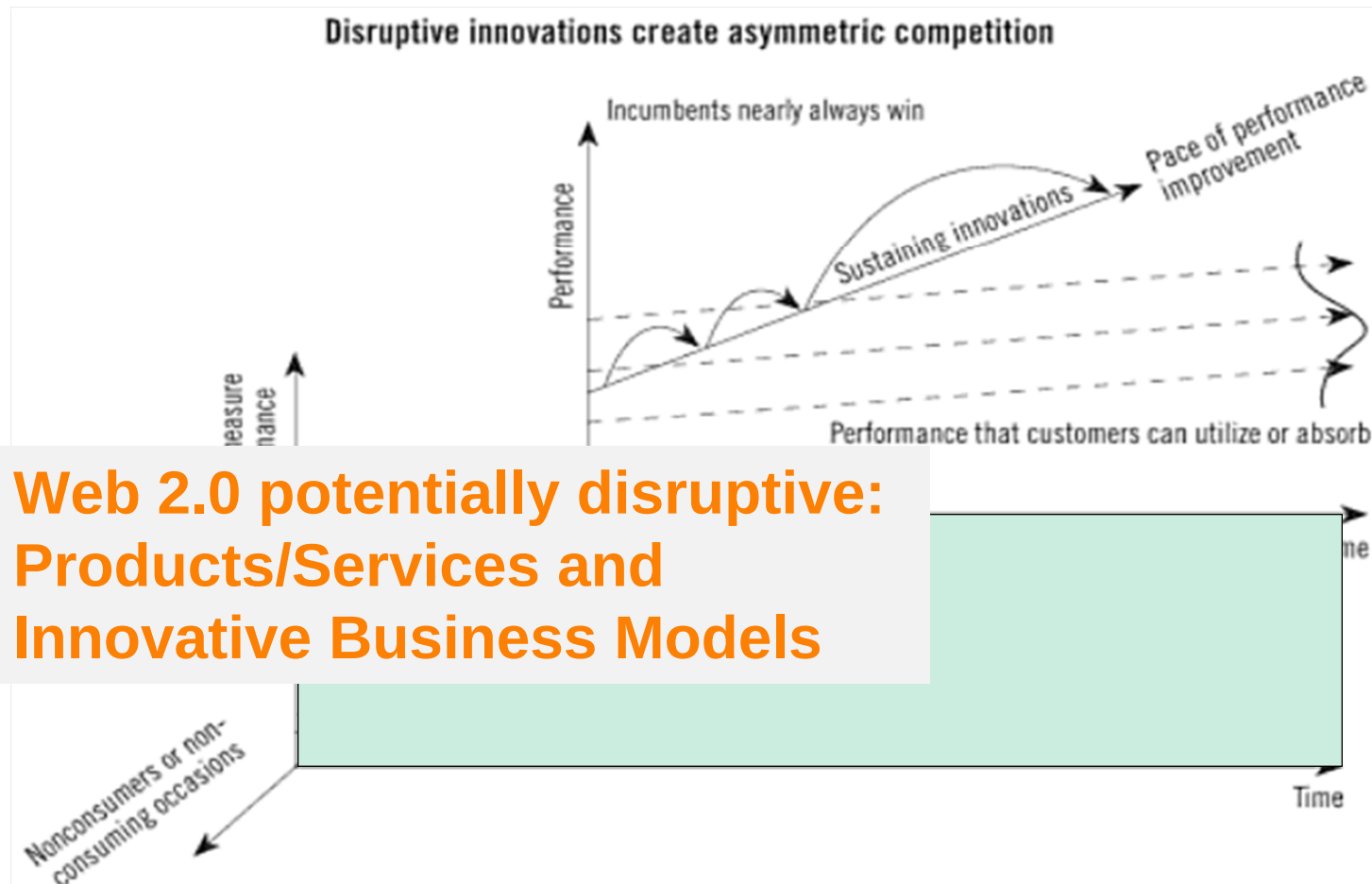
Tina Piazza und *Stefan M. Seydel* von **Rebell.tv** kündigen meinen Artikel: **Web-DNA-Analyse von Rebell.tv** an, den ich für ihr in Vorbereitung befindliches Buch geschrieben habe. Darin untersuche ich die verwendeten Kommunikationsformen aus der Sicht der Web Prinzipien und Patterns, die O'Reilly 2007 formuliert hat.

Der Artikel ist auf Calameo und Scribd bereits vor Erscheinen dieses Buchs frei downloadbar; die Links zu diesen beiden Plattformen finden sich im genannten Blogpost.

Das Buch wird den Titel: "rebell.tv - Die Form der Unruhe" haben. Es dokumentiert ihre Arbeit und Hintergründe von rebell.tv. Es soll noch dieses Jahr erscheinen.

 WEITERSAGEN

Different types of Innovation: Sustaining and Disruptive



Quelle: Christensen, C. M. et al. (2008): Disrupting Class. Ausschnitt aus Fig. 2.1: Model of Disruptive Innovation, S. 46

iStock Photo: Disrupted the \$2 billion stock photo industry

The screenshot shows the iStockphoto website interface. At the top, there's a navigation bar with the iStockphoto logo, a search bar, and login fields for 'Member name' and 'Password' with a 'Login' button and a link for 'Lost your password?'. Below the navigation bar, there's a grid of nine sample images. To the right of the grid, there's a search section with the text 'Search for photos, illustrations, video & audio' and a search bar with a 'SEARCH' button. Below the search bar, there's a section for 'Buy royalty-free files for as low as:' with a table of pricing options: \$1 (X small), \$3 (small), \$6 (medium), \$12 (large), \$18 (X large), and \$21 (XX large). Below this table, there are tabs for 'Photos', 'Illustrations', 'Video', and 'Audio', with 'Now selling!' next to 'Audio'. To the right of the pricing table, there's a section for 'Subscriptions: Choose a one-year plan for as low as:' with three options: \$108/mo (10 credits/day), \$295/mo (30 credits/day), and \$561/mo (60 credits/day). Below the subscription section, there's a 'Join us today' section with three steps: 1. Join us for free right now. 2. Search for royalty-free stock photography, vector illustrations, stock video footage, audio tracks and Flash® files. 3. Buy stock with iStock credits then download the files you need. Purchase Pay-as-you-go credits, a custom Subscription or a Corporate Account. To the right of the 'Join us today' section, there's a 'How iStock works' section with a paragraph explaining the platform and two buttons: 'Sell stock' and 'Buy stock'.

iStockphoto®

Member name Password [Login](#) [Lost your password?](#)

Search for photos, illustrations, video & audio

[SEARCH](#)

Buy royalty-free files for as low as:

\$1	\$3	\$6	\$12	\$18	\$21
X small	small	medium	large	X large	XX large

[Photos](#) [Illustrations](#) [Video](#) [Audio](#) **Now selling!**

Subscriptions: Choose a one-year plan for as low as:

\$108/mo	\$295/mo	\$561/mo
10 credits/day	30 credits/day	60 credits/day

iStock now has 4,481,000 royalty-free stock files. [Browse recent.](#)

Join us today

1. [Join us for free right now.](#)
2. Search for royalty-free stock photography, vector illustrations, stock video footage, audio tracks and Flash® files.
3. Buy stock with iStock credits then download the files you need. Purchase [Pay-as-you-go credits](#), a custom [Subscription](#) or a [Corporate Account](#).

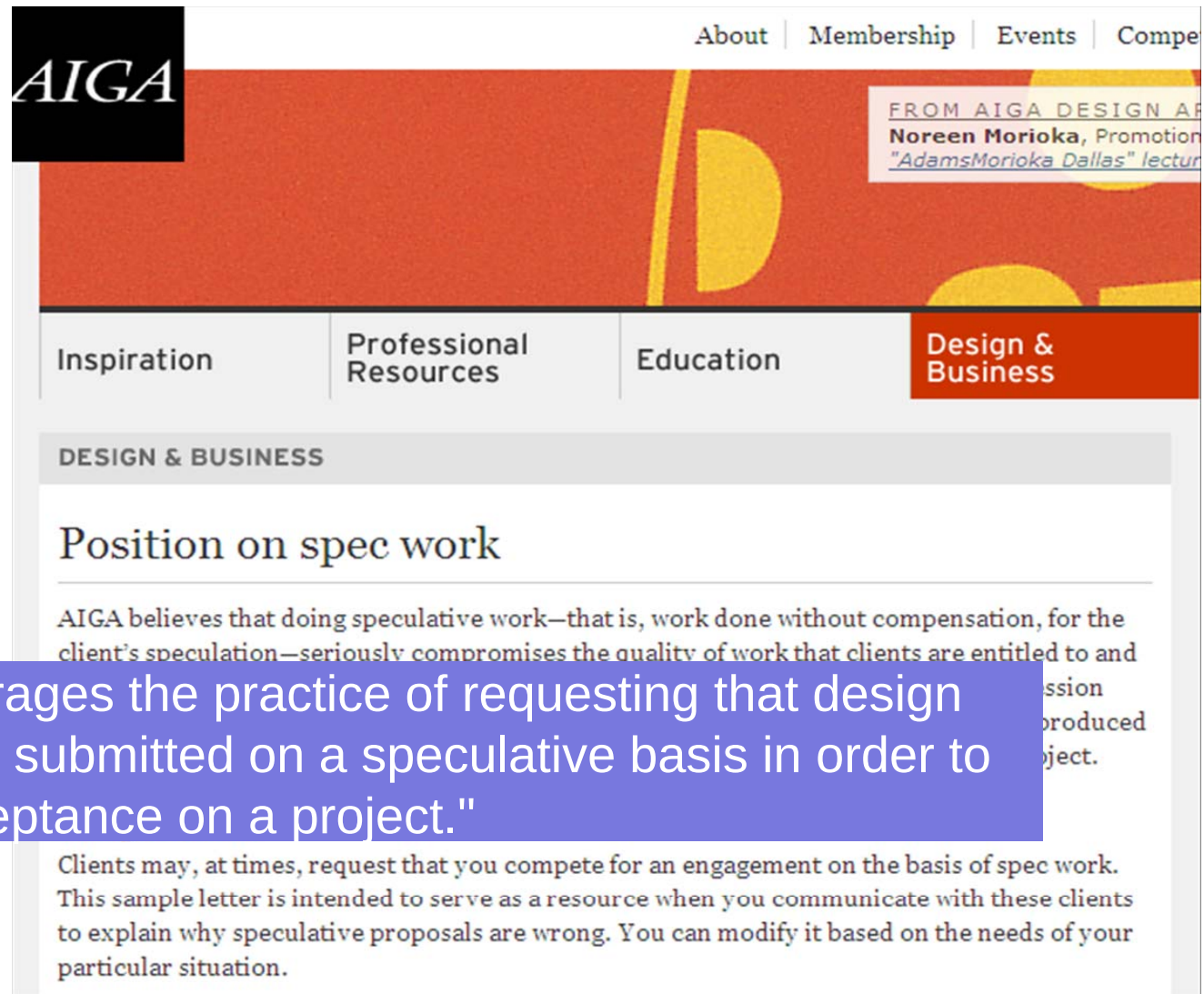
How iStock works

iStockphoto is the internet's original member-generated image and design community. Find your inspiration on the world's leading royalty-free stock destination. Search for over 4 million photographs, vector illustrations, video footage, audio tracks and Flash files. [Buy stock](#) or [sell stock](#) — or both.

[Sell stock](#) [Buy stock](#)

Ethics of Crowdsourcing: Is it Evil?

NoSpec! Movement

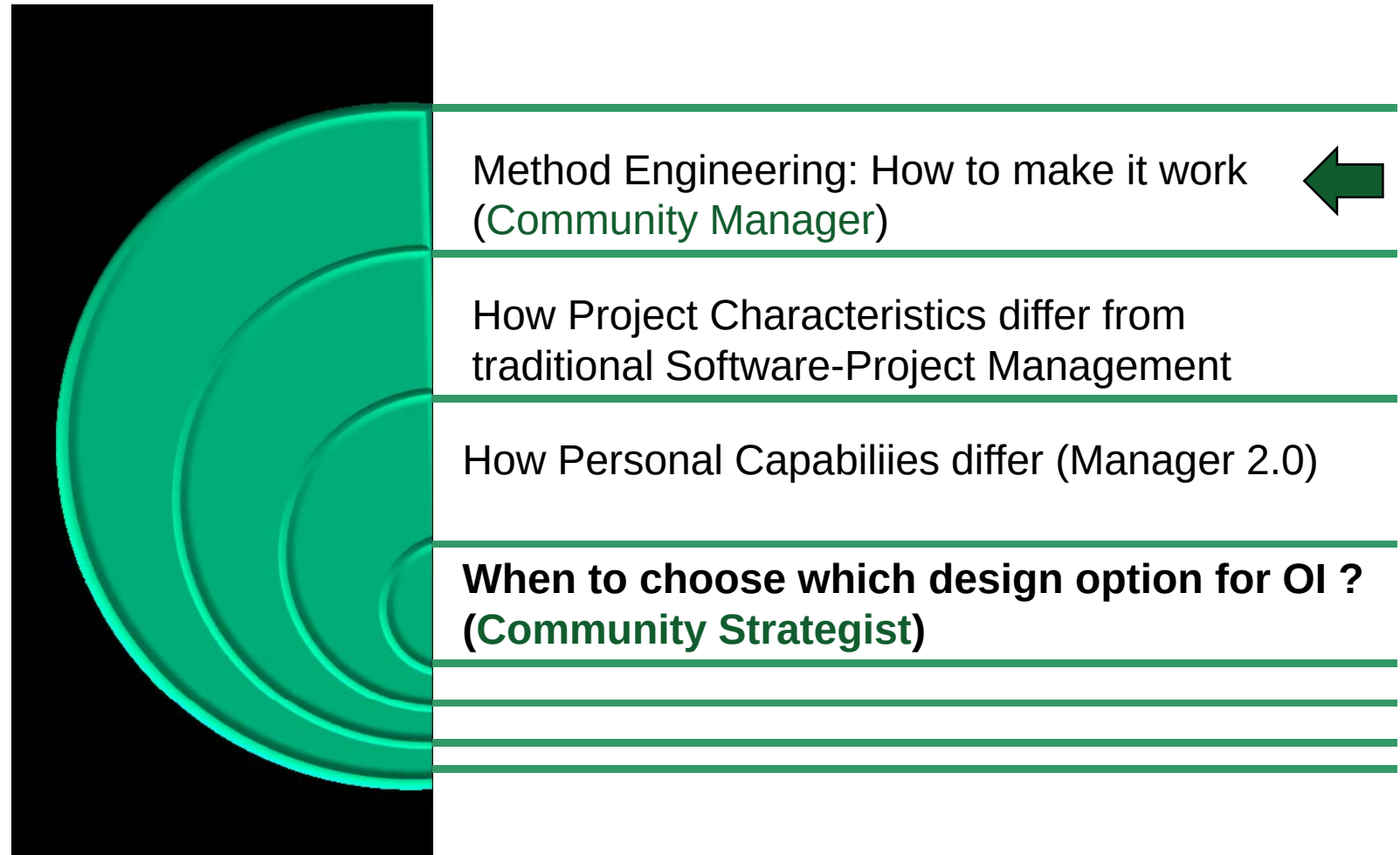


The screenshot shows the AIGA website with a red and yellow abstract background. The navigation bar includes links for 'About', 'Membership', 'Events', and 'Compe'. Below the navigation bar, there are four tabs: 'Inspiration', 'Professional Resources', 'Education', and 'Design & Business'. The 'Design & Business' tab is selected. The main content area is titled 'DESIGN & BUSINESS' and features a section titled 'Position on spec work'. The text in this section states: 'AIGA believes that doing speculative work—that is, work done without compensation, for the client's speculation—seriously compromises the quality of work that clients are entitled to and'. Below this, there is a blue box containing the text: 'AIGA strongly discourages the practice of requesting that design work be produced and submitted on a speculative basis in order to be considered for acceptance on a project.' At the bottom of the page, there is a footer with the text: 'Clients may, at times, request that you compete for an engagement on the basis of spec work. This sample letter is intended to serve as a resource when you communicate with these clients to explain why speculative proposals are wrong. You can modify it based on the needs of your particular situation.'

Ergebnisse zu:

- 1 Open Innovation – nicht so neu, oder doch
- 2 Gestaltungsraum und Fallbeispiele
- 3 Prinzipien der Web-2.0-Bewegung („Web-DNA“)
- ➔ 4 Aufgaben für Forschung und Managementpraxis
- 5 Methode für die Einbindung von Lead-Usern
- 6 Fazit

Gesucht sind forschungsbasierte Antworten auf: **Autor/inn/en mögen sich melden !**



Roles, Responsibilities, and Competencies: Community Strategist and Community Manager

Rise of the Community Manager

Sun, Nov 30, 2008 by Steve Borsch

Internet and Media, Social Media



As the world continues to get connected to the internet and the number of people participating online using social media to connect to one another accelerates, the role of Community Manager is becoming one that more companies and organizations realize and one they need to

When the majority of participants are always-on and always-connected — be it with laptops connected via wifi in a coffee shop or with mobile or smartphones — more are connecting with one another in established social networks (e.g., Facebook, MySpace) or with micro-groups like those anyone can set up at providers like Ning; with micro-messaging

**Measuring Success:
Scorecard & Targets**

Business 2.0 IWI-HSG

<http://minnov8.com/2008/11/30/rise-of-the-community-manager/>



Universität St. Gallen



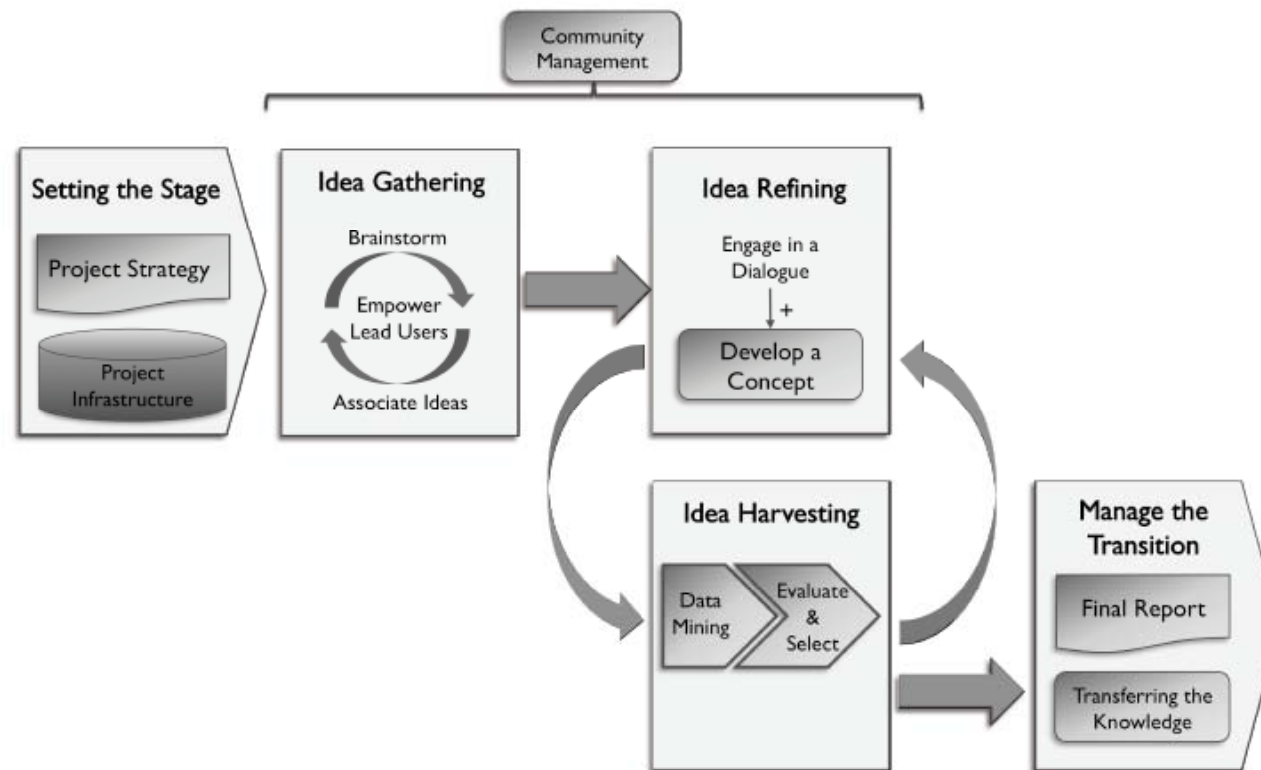
IWI-HSG / Prof. Dr. Back

Ergebnisse zu:

- 1 Open Innovation – nicht so neu, oder doch
- 2 Gestaltungsraum und Fallbeispiele
- 3 Prinzipien der Web-2.0-Bewegung („Web-DNA“)
- 4 Aufgaben für Forschung und Managementpraxis
- ➔ 5 Methode für die Einbindung von Lead-Usern
- 6 Fazit

D. Seitz/A. Back/B. Schopp – Uni St. Gallen und Namics AG: **Method** of Lead User Integration in the Innovation Process Using Web-based Collaboration Technology (*to be published*)

Activities – Roles – Techniques – Tools – Results – Success Factors



Ergebnisse zu:

- 1 Open Innovation – nicht so neu, oder doch
- 2 Gestaltungsraum und Fallbeispiele
- 3 Prinzipien der Web-2.0-Bewegung („Web-DNA“)
- 4 Aufgaben für Forschung und Managementpraxis
- 5 Methode für die Einbindung von Lead-Usern
- ➔ 6 Fazit

Fazit

1. Die Entwicklung von Open Innovation hat erst begonnen

2. Die Treiber und das Umfeld sind in Bewegung



3. Der Innovationsgegenstand ist ungewohnt anders

4. A-D-CH auf das Ankommen des Internet nicht vorbereitet?

Der Innovationsgegenstand ist ungewohnt und anders: „Ein Pflänzchen, das mit Macht ...“ durch den Beton ... stösst.



Ihre Assoziationen?

... Barrieren werden aufgebrochen

“When reality is labeled unthinkable, it creates a kind of sickness in an industry. Leadership becomes faith-based, while employees who have the temerity to suggest that what seems to be happening is in fact happening are herded into Innovation Departments, where they can be ignored *en masse*.”

Clay Shirky Blog, 3/09, Thinking the Unthinkable

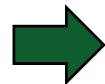
Leserin Michèle Schneider fotografierte im Tal der Demut das Pflänzchen, das mit Macht durch den Belag der Strasse stösst.
St. Galler Tagblatt, Montag 4. Mai 2009

Eine Anklage: Zukunftsverweigerer Deutschland



Deutschland degeneriert in ein Entwicklungsland (Teil 2 von 3)

Marcel Weiss, 30. April 2009 16:32 Uhr, 52 Kommentare



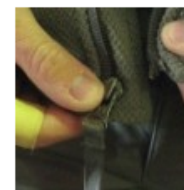
Deutschland ist auf das Ankommen des Internets im Mainstream nicht vorbereitet. Das schließt neben Politik und Medien auch die Blogger und die Webszene mit ein. Ein Blick auf das Versagen der einzelnen gesellschaftlichen Gruppen.



Der Satz "Das Internet verändert alles" ist leicht daher gesagt. Erst jetzt, wo das Netz langsam auch mit den ersten interneteigenen Diensten ohne analoge Äquivalente, vulgo Social Media, den Mainstream erreicht, dürfte vielen Beobachtern dämmern, wie wahr und tiefgreifend dieser Satz ist.

Jedes westliche Land muss mit diesen Veränderungen klarkommen und lernen, damit umzugehen - und vor allem lernen, nicht panisch verheerende Maßnahmen zu ergreifen, die die Nutzung der größten Erfindung seit der

NEUESTE ARTIKEL



Marketing: vor 9 Stunden, 3
Warum das Social Web schlechte Produkte eliminiert
Rasend schnell erlangen Spitzenprodukte im Netz Bekanntheit. Wer dagegen nichts weiter als leere Marketingversprechen zu bieten hat, wird untergehen.
» weiterlesen

Linkwertig: vor 13 Stunden, 2
Google Book Search, Social Commerce, Netzkultur, EU
Details zur Technologie für Googles Buchsuche, Forrester Research über die Zukunft des Social Web, Susanne Gaschke über Netzanbieter und mehr.
» weiterlesen



Samstag App Fieber: 02.05.2009, 0
twur.li, woerterbuch.info, Deutsche Twitter-Trends, RSSFriends
twur.li - aggregiert die von den Freunden geposteten Links; Deutsche Twitter-Trends - die Trends der deutschsprachigen Twittosphäre und mehr
» weiterlesen

Stay Tuned: Visit www.business20.ch

Suche

Business 2.0

Center for Innovations in Business Processes

Microblogging: Was so am Tag gezwitschert wird (Teil 11 von 13)

Freitag 1. Mai 2009 - Von Andrea Back In der Kategorie [Blogwerk](#), [Case Friday](#), [Vlogs](#)

Hier unterhalten sich zwei Digital Literates, die [Twittern](#), auch miteinander. Dabei ist ihre Herangehensweise recht unterschiedlich.

Arbeitspraxis 2.0 - Microblogging: Was so a...

YouTube

0:00 / 3:32

Über dieses Blog

Wissensblog zu:
Social Media in Unternehmen,
Geschäftsmodell- und
Managementinnovationen

Prof. Dr. Andrea Back
Institute of Information
Management
University of St. Gallen (HSG)

Links

Mehr Über mich
[Slideshare](#)
[Twitter](#)
[Business 2.0- Competence
Network am IWI-HSG der
Universität St. Gallen](#)

Leserservice

[Beiträge per RSS](#)
[Kommentare per RSS](#)

Kategorien

Bestenlisten (1)
Case Friday (58)
[Blogwerk \(14\)](#)

Perspective A:
Perspective B:

Corporate Change Management
Community & Project Management

