

Cornelius Herstatt / Jan G. Sander (Hrsg.)

Produktentwicklung mit virtuellen Communities

Kundenwünsche erfahren und
Innovationen realisieren



Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Autorenverzeichnis.....	IX

<i>Cornelius Herstatt, Jan G. Sander</i> Einführung: virtuelle Communities.....	1
<i>Christian Stegbauer</i> Einige soziologische Aspekte von Online-Communities.....	17
<i>Jan Marco Leimeister, Helmut Krcmar</i> Das Geschäftsmodell „Virtual Community“ - Revisited.....	45
<i>Werner H. Kunz, Marc Mangold</i> Hybride Communities als Treiber des Kundenwertes.....	69
<i>Cornelius Herstatt, Jan G. Sander</i> Online-Kundeneinbindung in den frühen Innovationsphasen.....	99
<i>Holger Ernst, Jan Henrik Soll, Martin Spann</i> Möglichkeiten der Lead-User-Identifikation in Online-Medien.....	121
<i>Michael Bartl, Holger Ernst, Johann Füller</i> Community Based Innovation - eine Methode zur Einbindung von Online Communities in den Innovationsprozess.....	141
<i>Lars Bo Jeppesen, Mäns J. Molin</i> Learning in Innovative Consumer Communities.....	169
<i>Martin Schreier</i> Toolkits for User Innovation and Design.....	199
<i>Reinhard Prügl, Petra Harrer, Nikolaus Franke</i> Die „Sims“: Eine Fallstudie zum gemeinsamen Einsatz von „Toolkits for User Innovation“ und virtuellen Communities.....	221
<i>Thorsten Teichen, Katja Rost, Iwan von Wartburg</i> Aufbau von Sozial- und intellektuellem Kapital in virtuellen Communities of Practice.....	249

VIII

<i>Katja Zboralski, Hans Georg Gemünden</i> Die Integration von Kunden in Communities of Practice.....	277
<i>Karim R. Lakhani, Eric von Hippel</i> How Open Source Software Works: "Free" User-to-User Assistance.....	303
<i>Michele Morner, Philipp A. W. Käser</i> Zugänglichkeit und Transparenz in Open-Source-Software-Communities: Mythos oder Realität?.....	341