

Review Ö1 Hörsaal

Univ.-Prof. Dr. Christopher Lettl, Dr. Christian Garaus, Tom Grad, MSc

Institut für Strategie, Technologie und Organisation

WU (Wirtschaftsuniversität Wien)

25.11.2015

- Vorstellung des Instituts
- Datenbasis
- Anwendungsbereich von Crowdsourcing
- Umsetzung von Crowdsourcing
- Vergleich
- Conclusio

Vorstellung des IfSTO

Institut für Strategie, Technologie und Organisation

- 2013 an der WU gegründet
- Fokus auf den Einfluss technologischen Wandels auf Strategie und Organisation von Unternehmen
- Insbesondere offene und userzentrierte Innovationsprozesse
- Integraler Bestandteil der Open and User Innovation Society

Univ.-Prof. Dr. Christopher Lettl



- Venia Legendi seit 2006
- Editorial Board von *The Journal of Product Innovation Management*, *IEEE Transactions on Engineering Management* und *Journal of Organization Design*
- Mehr als 40 Beiträge im Bereich Open and User Innovation

Schwerpunkte in Forschung und Lehre

Forschung:

- Crowdsourcing
- Crowdfunding
- Crowd Evaluation
- Collaborative Communities
- Business Ecosystems
- Technique Innovation
- Selective Revealing

Lehre:

- Business Modell Innovation
- Design Thinking
- Intrapreneurship
- Innovationsmanagement



Dr. Christian Garaus

christian.garaus@wu.ac.at
+43(1)31336-5419



Tom Grad, M.Sc.

tom.grad@wu.ac.at
+43(1)31336-5418

- Online verfügbare Informationen zum Ö1 Hörsaal
 - Ö1 Hörsaal Website
 - Presseartikel
 - Twitter, Facebook
- Wissenschaftliche Literatur im Bereich Open Innovation

Kriterien für den Einsatz von Crowdsourcing

Problemstellung	
▪ Darstellbarkeit & Kommunizierbarkeit (Afuah & Tucci, 2012)	✓
▪ Modularisierbarkeit & Komplexität (Brabham, 2008, 2013; Franke, Pötz & Schreier, 2013)	✓
Lösungen	
▪ Anzahl (Franke, Lettl, Roiser & Türtscher, 2014; Terwiesch & Xu, 2008)	✓
▪ Umsetzbarkeit (Lilien, Morrison, Searls, Sonnack & von Hippel, 2002; Pötz & Schreier, 2012)	✓
Problemlöser/innen	
▪ Lösungsbezogenes Wissen (Maskell, 2014; Terwiesch & Xu, 2008)	✓
▪ Anzahl (Chesbrough, Vanhaverbeke & West, 2006; Franke, Lettl, Roiser & Türtscher, 2014)	✓
▪ Heterogenität (Hong & Page, 2004; Rosenkopf & Nekar, 2001)	✓
Lösungssuchende/r (hier ausgeklammert)	

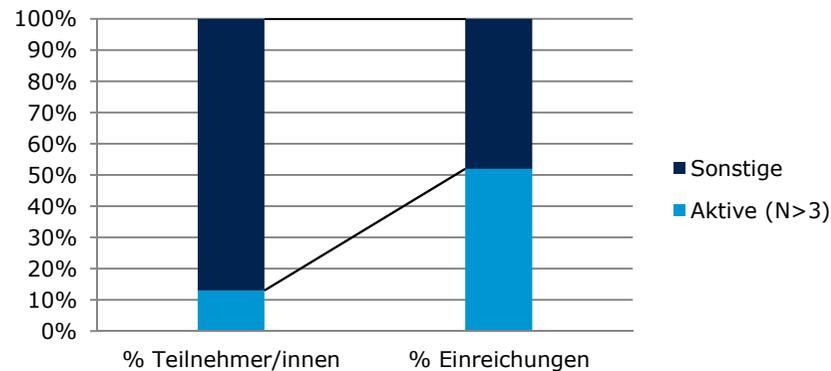
Organisation von Crowdsourcing

Vorbereitungsphase (hier ausgeklammert)	
Planungsphase	
▪ Formulierung der Aufgabenstellung (Gassmann, Winterhalter & Wecht, 2010; Chesbrough, Vanhaverbeke & West, 2006; Füller, 2010)	~
▪ Auswahl der Crowd (Jeppesen & Lakhani, 2010)	~
▪ Anreizgestaltung (Nabisam & Baron, 2009, 2010; Füller 2010; Franke, Keinz & Klausberger, 2013)	✓
Durchführungsphase	
▪ Aktivierung der Crowd (Ebner, Leimeister & Krcmar, 2009; Füller, 2010; Leimeister, Huber, Brettschneider & Krcmar, 2009)	~
▪ Aufrechterhaltung des Aktivitätsniveaus (Nabisam & Baron, 2009; Hutter, Hautz, Füller & Matzler, 2011)	✓
Auswertungsphase	
▪ Evaluierung der Eingereichten Lösungen (Toubia & Florés, 2007; Magnusson, Wästlund & Netz, 2014)	✓
▪ Opportunismus bei Crowdevaluierungen (Möslein, Haller & Bullinger, 2010)	✓
▪ Dysfunktionale Crowdevaluation (Leimeister, Huber, Brettschneider & Krcmar, 2009; Gassmann, Winterhalter & Wecht, 2010)	✓
Verwertungsphase (hier ausgeklammert)	

Vergleich und Verteilung

Ö1 Hörsaal im Vergleich zu anderen Wettbewerben¹:

- 252 Einreichungen (über 25% Percentil)
- 116 Einreicher/innen (über 25% Percentil)
- 16.125 Bewertungen (Median)
- 63 Bewertungen pro Einreichung (Durchschnitt)
- 137 Bewertungen pro Bewerber/in (weit über Durchschnitt)



Verteilung Teilnehmer/innen:

- Wenige aktive Einreicher/innen haben den Wettbewerb angetrieben
- 15 Einreicher/innen ist für 52% der Einreichungen verantwortlich
- Diese stellen 70% der Top10-Ideen nach Crowd-bewertung

- **Stärken**
 - Fragestellung kann durch Crowdsourcing bearbeitet werden
 - Wettbewerb ist state-of-the-art und geht mit Crowdbewertung schon darüber hinaus
 - Incentivierung der Teilnehmer/innen führte zu hohem Engagement
 - Aktivitätslevel bei Bewertung war hoch

- **Ansatzpunkte**
 - Anzahl der Teilnehmer/innen und
 - Anzahl der Einreichungen vergleichsweise niedrig
 - Bezug zum Call scheint bei einigen Projekten ausbaufähig

- Beibehaltung vieler Aspekte
 - z.B. Kombination aus materiellen und immateriellen Anreizen, technische Umsetzung, stufenweises Vorgehen
- Frageformulierung
 - Stärkere Kontextualisierung (Zielklarheit), um „gezieltere“ Einreichungen zu erhalten und Umsetzbarkeit zu erlauben
 - Formulierung von Sub-Challenges denkbar, um Zielvielfalt abzubilden
- Aktivierung der Crowd
 - Verstärktes Marketing, um eine größere Anzahl an Ideengeber/innen anzuziehen (Rolle von Zufall; Franke, Lettl, Roiser & Türtscher, 2014)

Vielen Dank!



VIENNA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND BUSINESS

Univ.-Prof. Dr. Christopher Lettl
Institut für Strategie, Technologie und
Organisation

Welthandelsplatz 1
1020 Wien, Österreich

Tel: +43(1)31336-5425
Email: christopher.lett@wu.ac.at

Dr. Christian Garaus

Tel: +43(1)31336-5419
Email: christian.garaus@wu.ac.at

Tom Grad, M.Sc.

Tel: +43(1)31336-5419
Email: tom.grad@wu.ac.at

Referenzen

- Afuah, Allan/Tucci, Christopher L. (2012), Crowdsourcing as a Solution to Distant Search, in: *Academy of Management Review*, 37 (3), S. 355-375.
- Brabham, Daren C. (2008a), Crowdsourcing as a Model for Problem Solving an Introduction and Cases, in: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (1), S. 75-90.
- Brabham, Daren C. (2013), *Crowdsourcing*, MIT Press.
- Chesbrough, Henry/Vanhaverbeke, Wim/West, Joel (Hrsg.) (2006), *Open Innovation: Researching a New Paradigm*, Oxford University Press.
- Ebner, Winfried/Leimeister, Jan M./Krcmar, Helmut (2009), Community Engineering for Innovations: The Ideas Competition as a Method to Nurture a Virtual Community for Innovations, in: *R&D Management*, 39 (4), S. 342-356.
- Franke, Nikolaus/Keinz, Peter/Klausberger, Katharina (2013), "Does This Sound Like a Fair Deal?": Antecedents and Consequences of Fairness Expectations in the Individual's Decision to Participate in Firm Innovation, in: *Organization Science*, 24 (5), S. 1495-1516.
- Franke, Nikolaus/Letl, Christopher/Roiser, Susanne/Türtscher, Philipp (2013), Does God Play Dice? Randomness vs Deterministic Explanations of Idea Originality in Crowdsourcing, in: *Proceedings of the 35th DRUID Celebration Conference*.
- Franke, Nikolaus/Pötz, Marion K./Schreier, Martin (2013), Integrating Problem Solvers from Analogous Markets in New Product Ideation, in: *Management Science*, 60 (4), S. 1063-1081.
- Füller, Johann (2010), Refining Virtual Co-creation From a Consumer Perspective, in: *California Management Review*, 52 (2), S. 98-122.
- Gassmann, Oliver/Winterhalter, Stephan/Wecht, Christoph H. (2010), *Praktische Durchführung. Hürden und Tipps*, in: Gassmann, Oliver (Hrsg.), *Crowdsourcing – Innovationsmanagement mit Schwarmintelligenz*, Carl Hanser Verlag, München, S. 176-194.
- Hong, Lu/Page, Scott (2004), Groups of diverse problem solvers can outperform groups of high-ability problem solvers, in: *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 101.46 (2004): 16385-16389.
- Hutter, Katja/Hautz, Julia/Füller, Johann/Müller, Julia/Matzler, Kurt (2011), *Communitation: The Tension between Competition and Collaboration in Community-Based Design Contests*, in: *Creativity and Innovation Management*, 20 (1), S. 3-21.

Referenzen

- Jeppesen, Lars B./Lakhani, Karim R. (2010), Marginality and Problem-solving Effectiveness in Broadcast Search, in: *Organization Science*, 21 (5), S. 1016-1033.
- Keinz, Peter (2015), Auf den Schultern von ... Vielen! Crowdsourcing als neue Methode in der Neuproduktentwicklung, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Februar 2015, 35-69.
- Leimeister, Jan M./Huber, Michael/Bretschneider, Ulrich/Krcmar, Helmut (2009), Leveraging Crowdsourcing: Activation-supporting Components for IT-based Ideas Competition, in: *Journal of Management Information Systems*, 26 (1), S. 197-224.
- Lilien, Gary. L./ Morrison, Pamela D./Searls, Kathleen/Sonnack, Mary/von Hippel, Eric (2002), Performance Assessment of the Lead User Idea-generation Process for New Product Development, in: *Management Science*, 48 (8), S. 1042-1059.
- Magnusson, Peter /Wästlund, Erik/Netz, Johan (2014), Exploring Users' Appropriateness as a Proxy for Experts When Screening New Product/Service Ideas., in: *Journal of Product Innovation Management*.
- Maskell, Peter (2014), Accessing Remote Knowledge - The Roles of Trade Fairs, Pipelines, Crowdsourcing and Listening Posts, in: *Journal of Economic Geography*, 14 (5), S. 883- 902.
- Möslin, Katrin M./Haller, Jörg/Bullinger, Angelika C. (2010), Open Evaluation: Ein IT-basierter Ansatz für die Bewertung innovativer Konzepte, in: *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik*, 47 (3), S. 21-34.
- Nambisan, Satish/Baron, Robert A. (2009), Virtual Customer Environments: Testing a Model of Voluntary Participation in Value Co-creation Activities, in: *Journal of Product Innovation Management*, 26 (4), S. 388-406.
- Pötz, Marion K./Schreier, Martin (2012), The Value of Crowdsourcing: Can Users Really Compete With Professionals in Generating New Product Ideas?, in: *Journal of Product Innovation Management*, 29 (2), S. 245-256.
- Rosenkopf, Lori/Nerkar, Atul (2001), Beyond Local Search: Boundary-spanning, Exploration, and Impact in the Optical Disk Industry, in: *Strategic Management Journal*, 22 (4), S. 287- 306.
- Terwiesch, Christian/Xu, Yi (2008), Innovation Contests, Open Innovation, and Multiagent Problem Solving, in: *Management Science*, 54 (9), S. 1529-1543.
- Toubia, Olivier/Florès, Laurent (2007), Adaptive Idea Screening Using Consumers, in: *Marketing Science*, 26 (3), S. 342-360.