
Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XII
Abkürzungsverzeichnis	XIII
1 Einleitung	1
1.1 Themeneinführung.....	1
1.2 Gang der Arbeit.....	4
2 Definitorische und theoretisch-konzeptionelle Grundlagen	7
2.1 Definitorische Grundlagen	7
2.1.1 Wissen.....	7
2.1.2 Innovation.....	10
2.2 Theoretisch-konzeptionelle Grundlagen	14
2.2.1 Transaktionskostentheorie	14
2.2.2 Theorien des strategischen Managements	17
3 Open Innovation Ansatz von Chesbrough	21
3.1 Fallstudie „Intel“	21
3.2 Paradigma der Closed Innovation	22
3.3 Paradigma der Open Innovation nach Chesbrough	25
3.3.1 Überblick.....	25
3.3.2 Geschäftsmodell.....	27
3.3.3 Wissen und Wissenslandschaft.....	30
3.3.4 Management von Intellectual Property	33
3.3.5 Operationalisierung	35
3.4 Klassifikation des Ansatzes durch Gassmann/Enkel.....	36
3.5 Risiken und Chancen für Unternehmen	38
3.6 Kritische Würdigung des Ansatzes von Chesbrough	42

4	Open Innovation Ansatz von Reichwald/Piller	45
4.1	Fallstudie „Threadless“	45
4.2	Charakteristika des Ansatzes von Reichwald/Piller.....	46
4.2.1	Allgemeine Neudefinition der Kundenrolle	46
4.2.2	Ansatz der Open Innovation nach Reichwald/Piller.....	49
4.2.3	Ansatz der Interaktiven Wertschöpfung	52
4.2.4	Voraussetzungen für die Innovationsgenerierung.....	54
4.3	Chancen und Risiken	58
4.3.1	Betrachtung aus Sicht des Unternehmens	58
4.3.2	Betrachtung aus Sicht des Kunden	61
4.4	Kritische Würdigung des Ansatzes von Reichwald/Piller	63
5	Open Innovation Ansatz aus der I&K-Technologie	67
5.1	Fallstudie „Wikipedia“	67
5.2	Spezialfall Open Source.....	68
5.3	Open Source und Open Innovation	72
5.3.1	Open Source und dritter Ansatz von Open Innovation	72
5.3.2	Open Source und der Ansatz von Chesbrough	74
5.3.3	Open Source und der Ansatz von Reichwald/Piller.....	76
5.4	Kritische Würdigung von Open Source und Open Innovation	77
6	Zusammenfassung.....	79
	Anhang	83
	Literaturverzeichnis	91
	Stichwortverzeichnis.....	111