

**Gabler Verlag**2nd
edition

2., vollst. überarb. u. erw.
Aufl. 2009, XX, 356 S. 61
Abb. in Farbe. Mit Online-
Extras.

Printed book

Softcover

Book w. online files/update

Softcover

ISBN 978-3-8349-0972-5

\$ 44,99

Out of stock

Discount group

Professional Books (2)

Product category

German textbook

Business and Management : Business Strategy/Leadership

Reichwald, Ralf, Piller, Frank

Interaktive Wertschöpfung

Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung**• Gemeinsame System- und Problemlösungskompetenz zwischen Kunden und Unternehmen**

Ideen, Beispiele und Herausforderungen zur Interaktiven Wertschöpfung – geschrieben von unseren Kunden: unseren Lesern Dieses Buch ist eine Innovation, und wir praktizieren „Open Innovation“ mit diesem Vorwort. Unsere wichtigsten Kunden, unsere Master- und Executive-MBA-Studenten sowie Forschungspartner, haben wir in die Buchproduktion einbezogen. In den Vorlesungen und Seminaren der letzten Semester haben wir intensiv Cases und Literaturbeiträge zu Open Innovation und Mass Customization thematisiert und diskutiert. So entstand eine Vorabversion zu diesem Buch, und wir konnten unsere Kunden einladen, mit uns das Vorwort zu schreiben. Die folgende Einführung ist nach den Prinzipien der interaktiven Wertschöpfung entstanden und wurde ausnahmslos von unseren Lesern geschrieben. Als Autoren verblieb uns lediglich die Integration und Zusammenstellung der Einzelbeiträge. Dabei sind wir nach dem Innovationszept des Unternehmens Zagit vorgegangen, das in den USA hoch erfolgreich Rest- rant- und Reiseführer rein auf Basis von Kundenbeiträgen erstellt. Was unsere Kunden hier zustande gebracht haben, hat uns ebenso erstaunt wie erfreut. Der Einstieg Den Einstieg bildet die Frage „interaktive Wertschöpfung und Open Innovation – sind das nicht einfach weitere Buzzwords irgendwelcher Berater?“ Die Antwort unserer Kunden heißt Nein: „Ein hervorragendes Beispiel für Open Innovation ist das Open- Logo-Projekt von Spreadshirt. com [ein Anbieter individueller Kleidung]. Das Unternehmen lässt nicht nur sein Corporate Design von der eigenen Kunden- Community entwickeln, sondern gibt sein Schicksal und seine Zukunft mehr und mehr in die Hände seiner Kunden . . . Dabei geht es nicht mehr rein um T-Shirt- Entwürfe.

Order online at springer.com/booksellers**Springer Nature Customer Service Center LLC**

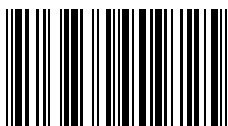
233 Spring Street

New York, NY 10013

USA

T: +1-800-SPRINGER NATURE

(777-4643) or 212-460-1500

customerservice@springernature.com

ISBN 978-3-8349-0972-5 / BIC: KJC / SPRINGER NATURE: SC515010

Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. Americas: Tax will be added where applicable. Canadian residents please add PST, QST or GST. Please add \$5.00 for shipping one book and \$ 1.00 for each additional book. Outside the US and Canada add \$ 10.00 for first book, \$5.00 for each additional book. If an order cannot be fulfilled within 90 days, payment will be refunded upon request. Prices are payable in US currency or its equivalent.

Part of **SPRINGER NATURE**