

# Inhalt

<b>Vorwort</b> _____	5
<b>Teil 1:</b> <b>Was Sie über Kundenintegration wissen sollten</b>	
1. Warum Innovationen scheitern _____	15
2. Kundenintegration ist Innovationsmanagement _____	20
3. Kundenintegration ist Wissensmanagement _____	24
4. Kundenintegration ist Öffnen _____	26
5. Kundenintegration ist Methodenkompetenz _____	31
6. Management Summary _____	35
7. Literaturempfehlungen _____	35
<b>Teil 2:</b> <b>Umsetzungsbeispiele von Kundenintegrationsprojekten</b>	
1. Kundenintegration bei adidas: das mi adidas-und-ich-Projekt ____	39
1.1 Ausgangssituation _____	39
1.1.1 Projektpartner adidas _____	39
1.1.2 Mass-Customization-Projekt mi adidas _____	42
1.2 Umsetzung _____	45
1.3 Bewertung _____	51
1.3.1 Teilnahmeverhalten _____	51
1.3.2 Leistungsverhalten _____	57
1.3.3 Motive und Eigenschaften _____	64
1.3.4 Ergebnis _____	74
1.4 Empfehlung _____	81
1.4.1 Betriebliches Vorschlagswesen _____	82
1.4.2 Beschwerdemanagement _____	85
1.4.3 Externes Vorschlagswesen _____	91
1.4.4 Zusammenfassung _____	100
1.5 Management Summary _____	102
1.6 Literaturempfehlungen _____	103

2. Kundenintegration bei SevenOne Media: das Future-Zone-Projekt	105
2.1 Ausgangssituation	105
2.1.1 Projektpartner SevenOne Media	105
2.1.2 Kundenintegration im Rahmen der Future Zone	107
2.1.3 Barrieren der Kundenintegration	108
2.1.4 Unternehmensinterne Herausforderungen	110
2.2 Umsetzung	111
2.2.1 Technologie	111
2.2.2 Organisation	115
2.2.3 Beeinflussung der Unternehmenskultur bei der Implementierung der Future Zone	118
2.3 Bewertung	125
2.3.1 Auswertung der Teilnahme	125
2.3.2 Anreize zur Nutzung der Future Zone	127
2.3.3 Integration der Kunden durch die Future Zone	127
2.4 Empfehlung	130
2.4.1 Interne Kommunikationsmaßnahmen durchführen	131
2.4.2 Anreizsystem institutionalisieren	133
2.4.3 Innovationsfördernde Unternehmenskultur festigen	135
2.4.4 Verwendung des generierten Wissens	136
2.4.5 Integratives Monitoringsystem etablieren	137
2.5 Management Summary	138
2.6 Literaturempfehlungen	140

### **Teil 3:**

#### **Was Sie bei der Integration von Kunden beachten sollten**

1. Weitere Instrumente der aktiven Kundenintegration	145
1.1 Lead-User-Methode	146
1.1.1 Die vier Phasen der Lead-User-Methode	148
1.1.2 Der Einsatz von Kreativitätstechniken	156
1.2 Communities	160
1.2.1 Merkmale von Communities	161
1.2.2 Die Open-Source-Community als Paradebeispiel	163
1.2.3 Übertragung des Open-Source-Gedankens	165
1.2.4 Communities als Mittel zur aktiven Kundenintegration	167

2. Wettbewerbsvorteile durch aktive Kundenintegration _____	172
2.1 Reduzierung der Time-to-Market _____	173
2.2 Reduzierung der Cost-to-Market _____	174
2.3 Steigerung des Fit-to-Market _____	175
2.4 Erhöhung des New-to-Market _____	175
3. Zehn Regeln für die erfolgreiche Kundenintegration _____	176
4. Literaturempfehlungen _____	179
<b>Die Autoren</b> _____	181