



# Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen – Living Labs

Dr.-Ing. Jens Schumacher  
Dornbirn, 28. September 2007

## Motivation

*“Research is making knowledge out of money  
- innovation is making money out of research”*

Per Eriksson, Director for the Swedish Agency for Information Systems

*85 % of product development time is invested in  
products which never reach the market.*

Reinhold Bauer: Kein Bedarf für Plastikräder. Freitag 43.

*Only 18 % of the innovations brought into the  
market prove sustainably successful.*

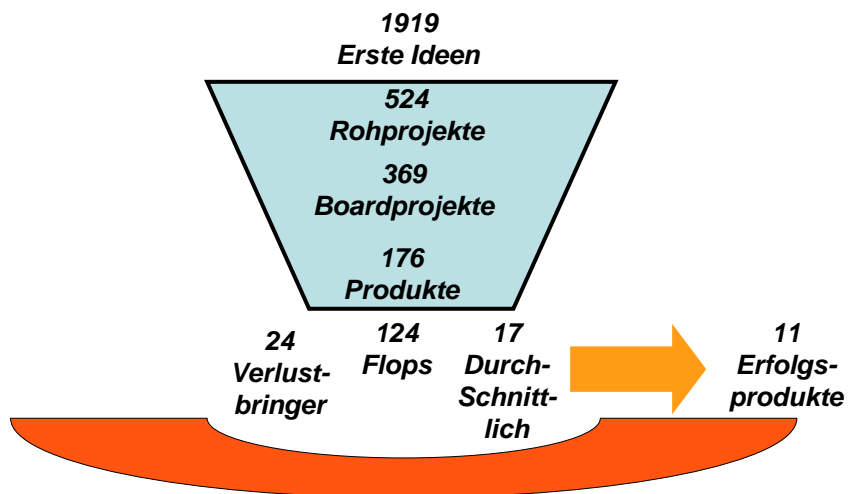
Innovation Network Austria Study, 2005.

---

***Dies addiert sich zu erstaunlichen 2%  
an innovativen Produkten die nachhaltig am Markt  
erfolgreich sind !!!***



## Projektfilter



(TIM 2006)

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Konsequenzen

- *Durch diese Ineffektivität entsteht ein enormer volkswirtschaftlicher Schaden*
- *Die Zahlen sehen für fast alle Branchen gleich aus.*
- *Einsparungen im Prozentbereich stellen bereits eine wesentliche volkswirtschaftliche Verbesserung dar.*
- *Die Unternehmen werden sich dieses Problems zunehmend bewusst*
- *Problem: Woher kommen die Innovationen?*
  - *Forschungsabteilung*
  - *Marketing*
  - *Vertrieb*
  - *Management*

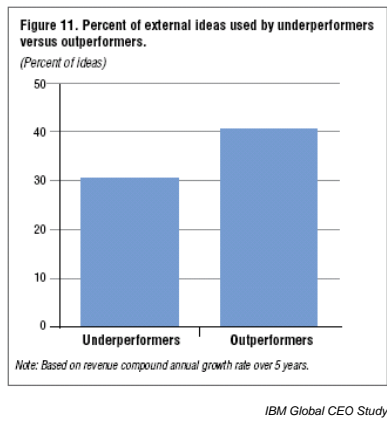
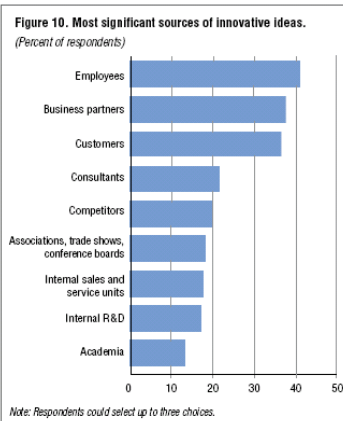


Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Innovation durch Kooperation

*Externe Kooperationen bestimmen zunehmend die Innovationskraft und Konkurrenzfähigkeit von Unternehmen*



Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen – Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Platz 3: Der Kunde

*“If I can tap into a million minds simultaneously, I may run into the one that's uniquely equipped.”*

Business week 2005

*“Crowds [...] are smarter at solving many problems than even the brightest individuals.”*

Business week 2005

*Wie kann nun aber der Kunde in den Innovationsprozess integriert werden?*

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen – Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Innovationspotential Web 2.0

- Begriff entstand 2004 beim Brainstorming des O'Reilly Verlages
- Kein genau definierter Begriff, eher ein Oberbegriff, eine Menge von Prinzipien, Entwicklungen und Technologien



Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Web 2.0 Charakteristiken

- *Benutzer wird zum Gestalter*
- *Entstehung neuer Sozialer Räume (community building)*
- *Entstehung von Mash-ups*
- *Desktop Transfer ins Netz*
- *Nutzung kollektiver Intelligenz (Open Source, Wiki's)*

*Der Benutzer tritt mehr in den Mittelpunkt:*

- *bestimmt die individuelle Nutzung*
- *passt die Applikationen selbst an seine Bedürfnisse an*
- *erstellt selber Inhalte*
- *erstellt selbst neue Applikationen*
- *teilt seine Inhalte*

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Kommerzielle Nutzung dieses Phänomens - MiAdidas

- offene Teilnahme
- Publizieren von Innovativen Ideen in vordefinierten Bereichen
- Bewertung der Ideen von Dritten
- Weiterentwicklung der Ideen von Dritten
- Experten beurteilen die Kundenideen
- Gewinner bekommen eine Einladung um einen Workshop zu leiten
- T-Shirts und Fussbaltrikots als „Incentives“

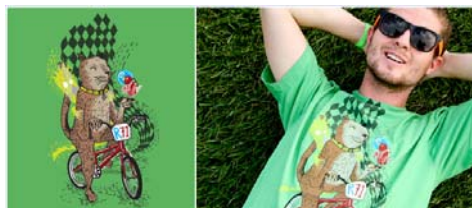


Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Threadless

- Geschäft: Verkauf von T-Shirts
- Alle zentralen Aufgaben sind an die Kunden ausgegliedert
- Kunden designen T-Shirts
- Kunden verändern existierende Entwürfe
- 800 Entwürfe pro Woche
- Die meisten Kunden bewerten lediglich Entwürfe,  
-> Auswahl für Produktion



Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Threadless II

- Kunden übernehmen das Marktrisiko  
-> moralische Verpflichtung zum T-shirt kauf
- Kunden übernehmen Marketing (Rolle als Modell und Photograph)
- 3-4 Neue Entwürfe werden produziert
- Designer bekommt 2000\$
- T-Shirt wird in hoher Auflage gedruckt (15\$ pro T-Shirt)

threadless™  
Nude No More

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniksösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences 

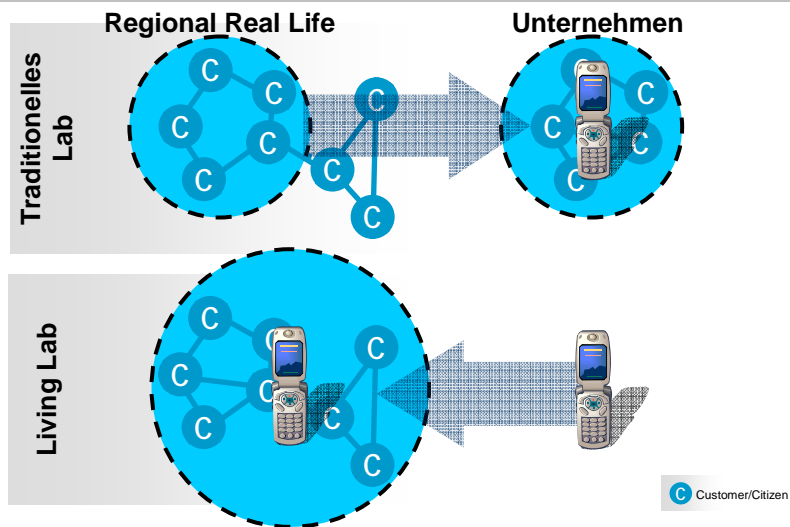
## Problem: Nutzen für traditionelle Unternehmen?

- *Die Verbreitung des Web 2.0 bringt einen gesellschaftlichen Wandel mit sich*
  - *Kunden sind kooperativer*
  - *Kunden sind gewillt bei der Entwicklung zu partizipieren:*
    - *Bewertung von Produkten*
    - *Verbesserung von Produkten*
    - *Entwicklung neuer Produkte*
  - *Wie können Unternehmen an dem Phänomen partizipieren?*
- > Lokalisierung des WEB 2.0 Phänomens**
- > Aktive Einbindung von realen Kunden unter Berücksichtigung der sozialen & kulturellen Umgebung in den Entwicklungsprozess**

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniksösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences 

## Produktentwicklung durch den Kunden



Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Web 2.0 vs. Living Lab

<i>globales Phänomen</i>	↔	<i>regional orientiert</i>
<i>Integration der Kompetenzen</i>	↔	<i>Betonung regionaler Komplementarität</i>
<i>anonym</i>	↔	<i>reale Personen</i>
<i>virtuelle Welt</i>	↔	<i>virtuelle und wirkliche Welt</i>
<i>Weiterentwicklung der virtuellen Welt</i>	↔	<i>Weiterentwicklung der realen Welt</i>

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Definition: Living Labs

*"A Living Lab is a collaboration of Public-Private-Civic Partnerships in which*

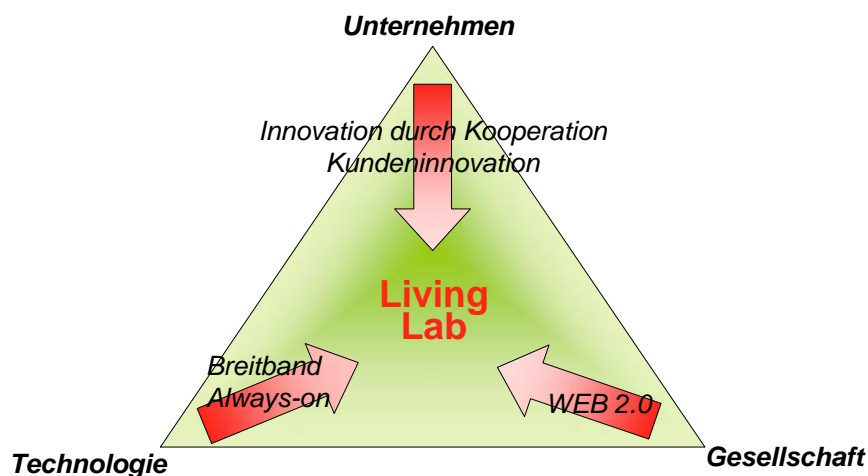
- Who** → *stakeholders* [enterprises, academia, public and civic bodies, customers]
- What** → *co-create* [collaborative product development from ideation to market deployment]
- What** → *new products, services, businesses and technologies*  
[enterprises, academia, public and civic bodies, customers]
- Where** → *in real life environments and*  
[regions of with specific attributes – urban, suburban, rural, remote, ...]
- virtual networks*  
[networks as regions in a virtual geography]
- When** → *in multi-contextual spheres."*  
[in all roles and phases of the customers' use]

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences



## Der richtige Zeitpunkt

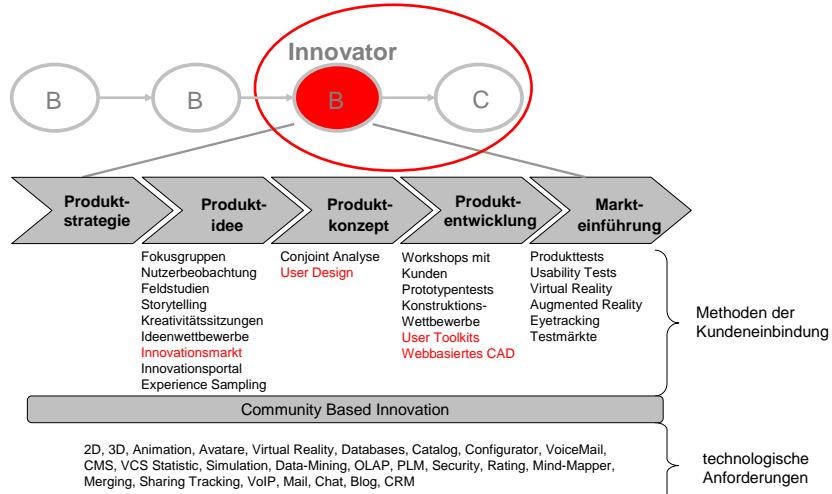


Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences



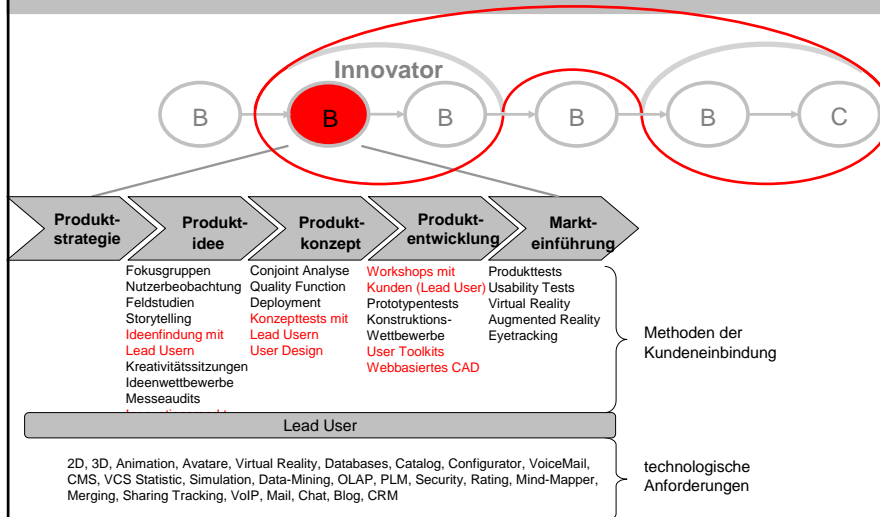
## B2C Living Lab



Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## B2B Living Lab



Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences

## Zusammenfassung und Ausblick

- *Die Innovationskraft des Kunden wird derzeit nur zum Teil genutzt*
- *Die neuen technologischen Entwicklungen ermöglichen es den Kunden sich über verschiedene Kommunikationskanäle in die Produktentwicklung ein zu bringen*
- *Ein kulturell und sozial entwurzelter Ansatz wird nur bedingt erfolgreich sein*
- *Eine Lokalisierung der Innovationen ist erforderlich*
- *In Europa gibt es ein starkes Netzwerk das diese Idee verschrieben hat („European Network of Living Labs“)*
- *Die Implementierung des Living Lab Vorarlbergs für die Industrie wird Mitte nächsten Jahres starten*

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences 

## **Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

Weitere Informationen:

[www.corelabs.eu](http://www.corelabs.eu)  
[www.openlivinglabs.eu](http://www.openlivinglabs.eu)

Kontakt:

Dr.-Ing. Jens Schumacher  
+43 5572 792 7118  
[scj@fhv.at](mailto:scj@fhv.at)

Mag. (FH) Karin Feurstein  
+43 5572 792 7106  
[fk@fhv.at](mailto:fk@fhv.at)

Kundeninnovationen als Ausgangspunkt für neue Techniklösungen –  
Living Labs - Dornbirn, 28. September 2007

Fachhochschule Vorarlberg  
University of Applied Sciences 