Crowdsourcing: Innovationskraft für Unternehmen durch Online Communities

29.09.2011, 10:51 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Social Media Consulting*



Potenzial der Online Community nutzen - Bild © imageteam - Fotolia.com

Crowdsourcing ist untrennbar mit den Chancen des Web 2.0 verbunden und ist einer der Gründe, warum soziale Netzwerke für Unternehmen ein riesiges Potenzial darstellen. Crowdsourcing ist ein relativ junger Begriff, eine allgemein anerkannte wissenschaftliche Definition gibt es daher noch nicht. Unter Crowdsourcing versteht man gemeinhin die Nutzung von Menschenmassen, speziell im Internet und sozialen Netzwerken, für Feedback, Ideensammlung oder Designvorschlägen zu Produkten, Marken oder Unternehmen. Das Web 2.0 bietet die Chancen KundInnen oder Interessierte zu Produkten oder Ideen eines Unternehmens zu befragen, oder sogar Unternehmensaufgaben wie Innovationsentwicklung an die breite Masse auszulagern. „Beispiele hierfür gibt es genug, bei denen Crowdsourcing bereits erfolgreich betrieben wird und es einen Mehrwert für das Unternehmen und gutes Feedback der Online Community gibt." meint Social Media Experte Günter Jaritz.

Optionen des Crowdsourcings: vom Ideenwettbewerb bis hin zum Crowdfunding

Es gibt mehrere unterschiedliche Formen der Massenmobilisierung im Internet, die alle unter dem Überbegriff Crowdsourcing zusammengefasst werden. Darunter fällt zum Beispiel der Ideenwettbewerb, bei dem User Ideen zu einem Thema oder Produkt liefern können und das beste Ergebnis prämiert und meist auch umgesetzt wird. Ein Beispiel hierfür ist etwa der Schokoladenproduzent Rittersport, der bei einer Crowdsourcing Kampagne Online-User eine neue Schokoladen-Sorte entwerfen lies. Ein weiterer Begriff ist die „Mass Costumization", in der eine Massenproduktion mit Einzelbestellungen und individueller Anpassung verbunden wird. Ein Beispiel hierfür ist das Unternehmen mymuesli.com, bei dem KundInnen online ihr Bio-Müsli mit gewünschten Bestandteilen zusammenstellen und sich liefern lassen können. Eine weitere Kategorie ist die „Open Innovation", bei der Unternehmen die Community nutzen um neue Ideen, Einsparpotenziale oder Verbesserungsvorschläge zu bekommen. Dies betreibt etwa die Computerfirma Dell über die Plattform ideastorm.com. Weiters gibt es noch die Kategorie des Crowdfunding, bei der User Projekte

unterstützen oder finanzieren. Ein österreichisches Beispiel für Crowdfunding ist etwa die Plattform respekt.net, die Initiativen der Zivilgesellschaft vorstellt und eine Unterstützungsmöglichkeit bietet. Hier werden Projekte mit gesellschaftspolitischem Ansatz gefördert und es konnten bereits über 150 000 Euro lukriert, und einige Projekte damit umgesetzt werden. „Crowdsourcing bezeichnet mehrere Begriffe der interaktiven Wertschöpfung für Unternehmen und wird in Zukunft noch stärker zunehmen." meint Günter Jaritz von Social Media Consulting dazu (www.social-media-consulting.at).

Kritik zum Hipe um das Crowdsourcing

Auch wenn Crowdsourcing bereits als die neue Form der Partizipation von einer breiten Öffentlichkeit gefeiert wird, gibt es auch vermehrt Kritik an der Nutzung von Crowdsourcing. Neben den Möglichkeiten der Einflussnahme auf Entscheidungen der Lieblingsfirma oder Marke, werden Nutzer beim Crowdfunding zu kostenlosen Arbeitskräften, so die am häufigsten geäußerte Kritik. Wenn eine Firma ihre KundInnen Verpackungsdesign, Geschmacksrichtungen oder Problemlösungen entwickeln lässt, so werden hier Unternehmensbereiche schlicht ausgelagert und dies geschieht meist kostenlos. Weiters wird kritisiert, dass durch die Auslagerung dieser Unternehmensbereiche auch Arbeitsplätze im Unternehmen verloren gehen können.

Das Crowdsourcing bewegt sich zwischen Innovation für den Kundenkontakt und Kundenfeedback und einem möglichen fahlen Beigeschmack, wenn das Engagement der KundInnen von Unternehmen ausgenutzt wird. In welche Richtung sich der Trend schlussendlich weiter entwickelt, wird erst in einigen Jahren ersichtlich sein. Beispiele wie Kickstarters.com zeigen aber, was für Vorteile im Crowdsourcing stecken können und was für Möglichkeiten die Interaktion mit der Online Community beinhaltet.

Presseaussendung von Social Media Consulting: www.social-media-consulting.at

Portrait

Günter Jaritz, MSc ist Inhaber der Firma Social Media Consulting. Er berät Personen und Unternehmen in der Erstellung von Social Media Strategien und deren Umsetzung. Social Media Consulting vereint Expertise im Management-, Marketing-, Presse- und Internetbereich.
http://www.social-media-consulting.at

News-ID: 574694 • Views: 1115 (Stand: 03.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/574694/Crowdsourcing-Innovationskraft-fuer-Unternehmen-durch-Online-Communities.html