

Please quote as: Leimeister, J. & Bretschneider, U. (2012): IT-gestützter Ideenwettbewerb. In: Fachlexikon Technologie- und Innovationsmanagement . Hrsg./Editors: Achatz, R.; Braun, M. & Sommerlatte, T. Verlag/Publisher: Symposium Verlag, Düsseldorf, Germany. Erscheinungsjahr/Year: 2012. Seiten/Pages: 216-218.

**Autor: Leimeister, Jan Marco; Bretschneider, Ulrich**

## **IT-gestützter Ideenwettbewerb**

IT-gestützte Ideenwettbewerbe stellen ein in der Unternehmenspraxis etabliertes und häufig eingesetztes Instrument zur aktiven Kundenintegration in den Innovationsprozess gemäß dem Open Innovation-Verständnis von Reichwald und Piller (2009) dar (Ebner 2008; Walcher 2007). Im Rahmen eines Ideenwettbewerbes fordert ein Unternehmen seine Kunden auf, innovative Ideen aus dem Produkt- oder direkten Unternehmensumfeld innerhalb eines bestimmten Zeitraums einzureichen (Ebner 2008). Der Wettbewerb kann offen oder mit einer konkreten Aufgabenstellung verbunden sein (Ebner, Leimeister und Krcmar 2009). Die Einsendungen werden dann nach Ablauf der Wettbewerbslaufzeit von einer Expertenjury anhand von verschiedenen Beurteilungsdimensionen bewertet und leistungsorientiert prämiert.

Der immanente Wettbewerbscharakter eines solchen Ideenwettbewerbes wird durch die Prämierungen der besten Beiträge bewusst forciert, da er die Kreativität und Qualität der Beiträge anregen sowie den Teilnehmern einen Anreiz zur Teilnahme bieten soll (Reichwald und Piller 2009). In diesem Sinne verfolgen Unternehmen mit der Durchführung von Ideenwettbewerben das Ziel, Kunden zur Unterstützung bei der Generierung von Innovationsideen, also der frühen Phasen des Innovationsprozesses, heranzuziehen. Aus der Sicht des veranstaltenden Unternehmens erweitern Ideenwettbewerbe somit den Ideenraum für die Innovationsentwicklung.

Die Durchführung von Ideenwettbewerben erfolgt in der Regel Internet-basiert, da dies eine rasche Verbreitung, die Ansprache einer großen Zahl potenzieller Teilnehmer und die Organisation des Wettbewerbes wesentlich erleichtert (Ebner, Leimeister und Krcmar 2009). Für die Internet-basierte Durchführung von Ideenwettbewerben werden spezifische, IT-gestützte Internetplattformen eingesetzt (Leimeister et al. 2009). Anforderungen an solche IT-Systeme manifestieren sich in den zentralen Kundenhandlungen im Rahmen von Ideenwettbewerben, also der Ideeneingabe, der Ideenbewertung sowie der Ideenkommentierung. Eine nach diesen Anforderungen entwickelte Internetplattform ermöglicht die effiziente Handhabung der Informationsobjekte, also der kundenbasierten Innovationsideen. So können die Ideen nicht nur zentral an einem Ort zusammengeführt, gespeichert und verwaltet werden, sondern auch durch Bereitstellen der richtigen Instrumente von anderen Kunden bewertet (Riedl et al. 2010) und kommentiert werden (Blohm et al. 2010).

In der Öffentlichkeit sorgten beispielsweise die IT-gestützten Ideenwettbewerbe *SAPi*ens oder *IBM IdeaJam* für Aufsehen, da diese jeweils hunderte von Kundenideen hervorbrachten

## **Weiterführende Literatur**

- [1] Blohm, I.; Bretschneider, U.; Leimeister, J. M.; Krcmar, H. (2010): Does collaboration among participants lead to better ideas in IT-based idea competitions? An empirical investigation. In: Proceedings zur 43. Hawaii International Conference on System Science (HICSS 43), Kauai, Hawaii, 2010.
- [2] Ebner, W. (2008): Community Building for Innovations: Der Ideenwettbewerb als Methode für die Entwicklung und Einführung einer virtuellen Innovations-Gemeinschaft. Dissertation am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik, Technischen Universität München.
- [3] Ebner, W.; Leimeister, J. M.; Krcmar, H. (2009): Community Engineering for Innovations: The Ideas Competition as a method to nurture a Virtual Community for Innovations. In: R&D Management, Vol. 39, Nr. 4, S. 342-356.
- [4] Leimeister, J. M.; Huber, M.; Bretschneider, U.; Krcmar, H. (2009): Leveraging Crowdsourcing: Activation-Supporting Components for IT-Based Ideas Competition. In: Journal of Management Information Systems (JMIS), Vol. 26, Nr. 1, S. 197-224.
- [5] Reichwald, R.; Piller, F.T. (2009): Interaktive Wertschöpfung: Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung, 2. Aufl., Gabler: Wiesbaden.
- [6] Riedl, C.; Blohm, I.; Leimeister, J. M.; Krcmar, H. (2010): Rating Scales for Collective Intelligence in Innovation Communities: Why Quick and Easy Decision Making Does Not Get

it Right. In: Proceeding of the 2010 International Conference on Information Systems, St. Louis, 2010.

[7] Walcher, P.-D. (2007): Der Ideenwettbewerb als Methode der aktiven Kundenintegration, Gabler: Wiesbaden.

**Vorschläge für weitere Stichworte, die im Lexikon aufgeführt sein sollen:**

**Autorenvita**

Prof. Dr. Jan Marco Leimeister ist Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Direktor am Forschungszentrum für Informationstechnikgestaltung (ITeG) an der Universität Kassel. Er forscht in den Bereichen strategisches Informationsmanagement, IT Innovation Management, Collaboration & Learning Engineering, eHealth, Ubiquitous/Mobile Computing, Service Engineering, Hybride Wertschöpfung und Virtual Communities.

**Autorenvita**

Dipl. Kfm. Ulrich Bretschneider ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachgebiet Wirtschaftsinformatik (Prof. Dr. Leimeister) der Universität Kassel. Seine Forschungsinteressen liegen im Bereich Open Innovation. Insbesondere befasst er sich mit Methoden und Praktiken zur Integration von Kunden in Innovationsprozesse von Unternehmen. So führte er beispielsweise im Rahmen seiner Promotion an der Technischen Universität München eine explorative Untersuchung von Ideen Communities durch.

