



SEBASTIAN HATTERMANN

WIE DAS WEB 2.0 NEUE WEGE IM OUTSOURCING ERSCHLIEßT

CROWDSOURCING FÜR UNTERNEHMEN

Sebastian Hattermann

Crowdsourcing für Unternehmen

**Wie das Web 2.0 neue Wege im
Outsourcing erschließt**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Impressum:

Copyright © Studylab 2018

Ein Imprint der Open Publishing GmbH

Druck und Bindung: Books on Demand GmbH, Norderstedt, Germany

Coverbild: Open Publishing | Freepik.com | Flaticon.com | ei8htz

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	4
Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis	6
1 Einleitung	7
1.1 Problemstellung.....	7
1.2 Zielsetzung.....	8
1.3 Struktur der Arbeit.....	9
2 Grundlagen	10
2.1 Definition des Web 2.0.....	10
2.2 Definition des Outsourcings.....	11
2.3 Definition des Crowdsourcings.....	12
2.4 Begriffsabgrenzungen.....	14
3 Methoden des Outsourcings im Web 2.0	16
3.1 Crowdsourcing.....	16
3.2 Paid Crowdsourcing.....	39
3.3 Kriterien für die Methodenauswahl.....	43
4 Fazit und Ausblick	48
Literaturverzeichnis	52
Internetverzeichnis	57

Abkürzungsverzeichnis

F&E	Forschung und Entwicklung
GfK	Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung
HIT	Human Intelligence Task
i.d.R.	in der Regel
KMU	Kleine und mittelständische Unternehmen
OSI	Open Source Initiative
PoS	Point of Sale
ZfCM	Zeitschrift für Controlling und Management

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Phasen des Crowdsourcing-Prozesses	17
Abb. 2: Arbeitsansätze im Crowdsourcing	22
Abb. 3: Typologie der Crowdsourcing-Ausprägungen	27
Abb. 4: Cross-Selling bei Amazon.....	29
Abb. 5: Übersicht der beliebtesten Pril-Designs	36