

Inhaltsverzeichnis

Impressum	4
Vorwort der Herausgeber	5
Herausgeber und Autoren	8
1. The Rise of Crowdsourcing: Entwicklung und Treiber	13
2. Crowdsourcing Kategorien und Ausprägungen	19
2.1 Microworking und -tasks	20
Case: Microtasks	22
2.2 Collective Knowledge	23
2.3 Creative Content Marktplätze	25
2.4 Open Innovation & Ideas	28
Übersicht Open Innovation Anbieter	30
Tipps für Auftraggeber	31
2.5 Crowdfunding und Crowdinvesting	33
Case: Crowdfunding im Film	35
Entwicklung des Crowdfunding im deutschsprachigen Raum	36
Der aktuelle Crowdfunding-Markt 2012	38
Der aktuelle Crowdinvesting-Markt 2012	38
Case: Co-Finanzierungsmodelle	39
2.6 Engagement & Charity	40
Interview mit Raul Krauthausen (wheelmap.org)	42
Interview mit Hannes Jähnert(onlinevolunteering.org)	43
3. Crowdsourcing als Business-Tool	45
3.1 Wie wird Crowdsourcing in der Praxis eingesetzt?	46
Paid Crowdsourcing	47
(Kreativ-) Contests	47
Unbezahlte Teilnahme	47
3.2 Welche Vorteile bringt der Einsatz von Crowdsourcing?	48
3.3 Welche potentiellen Fallstricke und Risiken müssen beachtet werden?	50
3.4 Use Cases: Wie können Unternehmen Crowdsourcing nutzen?	51
3.4.1 Crowdsourcing in der Agentur- und Kreativbranche	51
i Case: Usability-Testing	53
3.4.2 Crowdsourcing für SEO und SEM	54
3.4.3 Crowdsourcing in der IT & Kommunikationsbranche	55
3.4.5 Crowdsourcing für die Tourismusbranche	59
Case: Location-based Services	61
3.4.6 Wie Crowdsourcing die Forschung unterstützt	64
3.4.7 Crowdsourcing und Journalismus - Die Intelligenz des Schwarms	66
Case: Crowdjournalismus	69
3.4.8 Crowdsourcing als Partizipations-Tool	70
Exkurs: Partizipation und Crowdsourcing in Kunst und Kultur	72

4. Crowdsourcing und innovative Arbeitsformen in Deutschland	75
5. Crowdsourcing 2012 and beyond...	79
Frequently Asked Questions	83
Glossar	85
Partner	87
Deutscher Crowdsourcing Verband e.V.	89
Branchenverzeichnis	89
Plattformen	89
Experten	92