

# Exkurs: Crowdsourcing



# Prolog

- » Crowd: Menschenmenge
- » Sourcing: Beschaffung
- » Zusammen:
  - Die Menschenmenge nutzen um etwas zu beschaffen

## Ein kleines Einstiegsbeispiel



150\$



1\$



Quelle: wired.com, Juni 2006, Jeff Howe

## Wie kann das funktionieren?

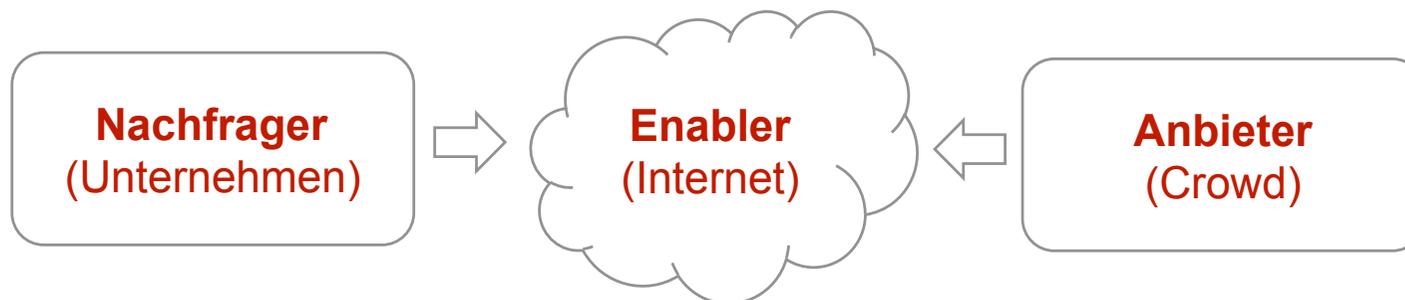
- » Auf iStockphoto.com kann jedermann seine Photos anbieten – natürlich auch „Hobby“-Photographen.
- » Die wenigsten verdienen Geld, aber es macht Spass
- » iStockphoto = Photo-Community mit kommerziellem Anreiz  
→ **Mobilisierung**
- » Suchfunktion für die Millionen von Bildern  
→ **Filterung**
- » Das National Health Museum benützt mit Hilfe des Internets diese „Crowds“ und betreibt damit „**Crowdsourcing**“

## Was also ist Crowdsourcing?

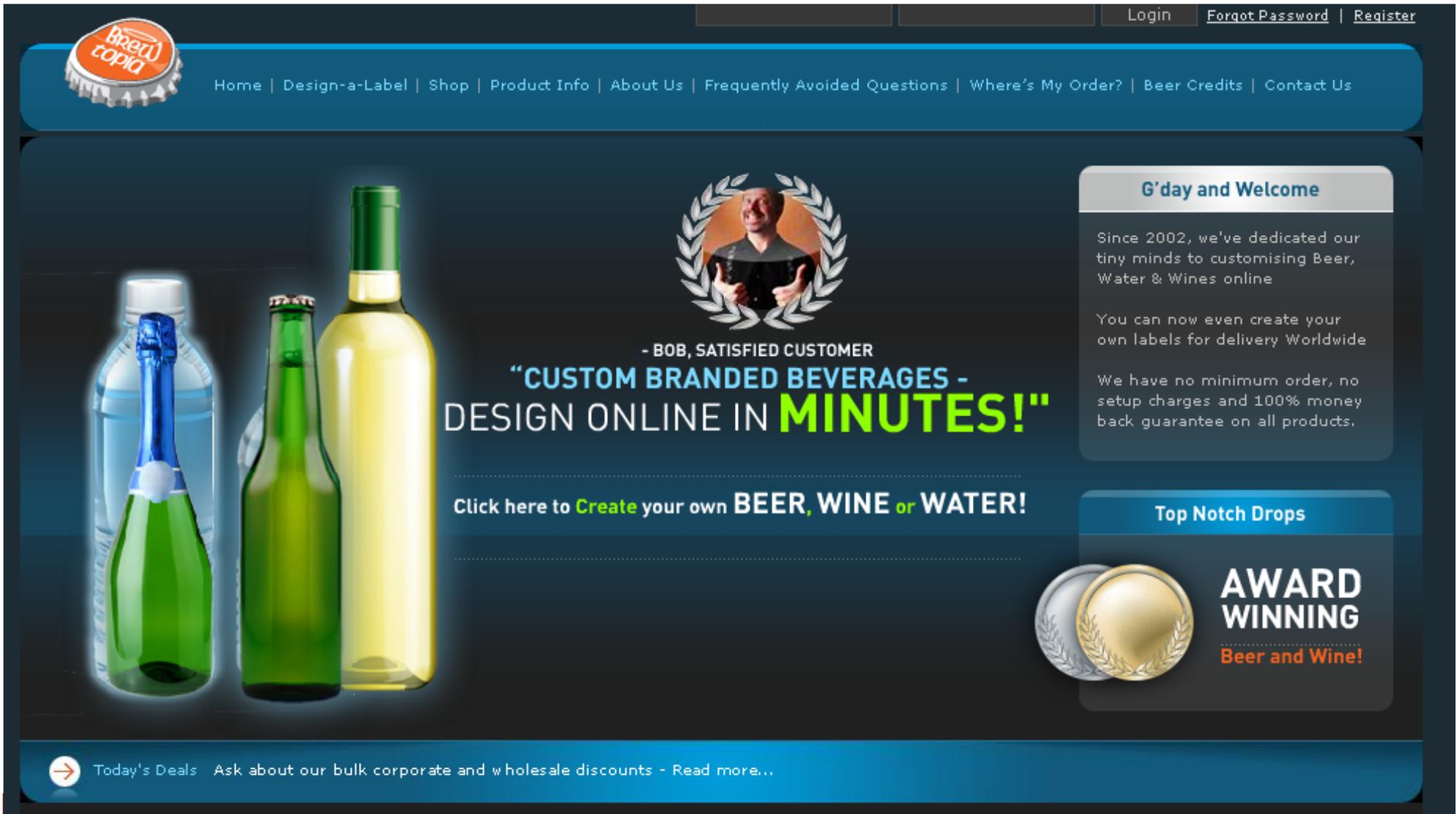
Auslagerung von Arbeit auf die Intelligenz und die Arbeitskraft einer Masse von Freizeitarbeitern im Internet.

## Crowd ≠ Gratis-Arbeiter

Crowdsourcing ist die Kunst, mit Hilfe des Internets die Crowd zu mobilisieren und das Talent aus der Crowd herauszufiltern



# Case „Brewtopia“



The screenshot shows the Brewtopia website homepage. At the top right, there are links for "Login", "Forgot Password", and "Register". Below this is a blue navigation bar with a "Brewtopia" logo on the left and a menu of links: "Home", "Design-a-Label", "Shop", "Product Info", "About Us", "Frequently Asked Questions", "Where's My Order?", "Beer Credits", and "Contact Us". The main content area features a central promotional banner with three bottles of beverages (water, beer, and wine) on the left. In the center of the banner is a circular portrait of a man, Bob, with the text "- BOB, SATISFIED CUSTOMER" and a large quote: "CUSTOM BRANDED BEVERAGES - DESIGN ONLINE IN MINUTES!". Below the quote is a call-to-action: "Click here to Create your own BEER, WINE or WATER!". To the right of the banner is a "G'day and Welcome" section with text about the company's history since 2002 and their online customization services. Below that is a "Top Notch Drops" section featuring two award medals and the text "AWARD WINNING Beer and Wine!". At the bottom of the page, there is a blue bar with a link for "Today's Deals" and text about bulk corporate and wholesale discounts.

 [Home](#) | [Design-a-Label](#) | [Shop](#) | [Product Info](#) | [About Us](#) | [Frequently Asked Questions](#) | [Where's My Order?](#) | [Beer Credits](#) | [Contact Us](#)

  
- BOB, SATISFIED CUSTOMER  
"CUSTOM BRANDED BEVERAGES -  
DESIGN ONLINE IN **MINUTES!**"

Click here to **Create** your own **BEER, WINE or WATER!**

**G'day and Welcome**

Since 2002, we've dedicated our tiny minds to customising Beer, Water & Wines online

You can now even create your own labels for delivery Worldwide

We have no minimum order, no setup charges and 100% money back guarantee on all products.

**Top Notch Drops**

 **AWARD WINNING**  
Beer and Wine!

[Today's Deals](#) Ask about our bulk corporate and wholesale discounts - Read more...

## Ausgangslage

- » Liam Mulhall, vormals Software-Spezialist bei RedHat in Australien, wollte etwas neues tun.
- » Er entschied sich in Australien ein **neues Bier** auf den Markt zu bringen. Das war im Jahr 2002.
- » Kleines Problem: Die beiden dominanten Brauereien haben in Australien einen Marktanteil von 94%...

## Die Kernfrage

- » Wie schaffe ich eine Nachfrage für ein Produkt
  - Das noch nicht existiert
  - Von einer Firma die noch niemand kennt
  - Auf einem umkämpften Markt mit starken Platzhirschen
  - Ohne eigene Produktion
  - Ohne Mitarbeiter
  - Ohne Kapital für klassische Werbung



## Die Antwort in Kurzform

» Indem ich genug Leute finde, die mitmachen.

## Die Idee

- » Die „Weisheit der Massen“ führt nicht nur bei der gemeinsamen Arbeit an Computerprogrammen zu guten, oft überlegenen Lösungen.
- » Leute entwickeln gemeinsam ein Bier, das sie gemeinsam vermarkten.
- » ...und natürlich gemeinsam trinken.



## Die Umsetzung

- » Setup einer Community-Website mit LogIn-Funktion
- » eMail an 140 Kollegen und Bekannte
- » Wir entscheiden gemeinsam über:
  - Name
  - Geschmack
  - Farbe der Flasche
  - Layout des Etiketts
  - Preis
  - Vertriebswege
  - etc.



## Das Resultat

- » Aus **140** Kontakten in wenigen Wochen **16'000**
- » Lager-Bier in braunen Flaschen und bunten Kisten  
Name: „**Blowfly**“
- » BT heute: Personalisierte Getränkelabels für Bier,  
Wein und Wasser.
- » 2006 an die Börse. Aktueller Kurs: Rund 50 Cent
- » 10 Stk. für die Brewtopisten der ersten Stunde  
Das reicht heute immerhin für 4-5 Flaschen Bier ;-)



## Was ist daran bemerkenswert?

- » 16'000 Personen haben sich mit dem Produkt identifiziert und fühlten sich als Teil des Ganzen  
→ Eine Community.
- » Mind. 16'000 kannten das Bier vor dem Launch ohne klassische Werbung.
- » Ganz nach dem Motto: „Werbung nervt, Mitreden macht Spass!“
- » KickOff für das neue Bier mit Hilfe von „Crowdsourcing“ geschafft.
- » Apropos klassische Werbung: Wer kennt Quinto noch?



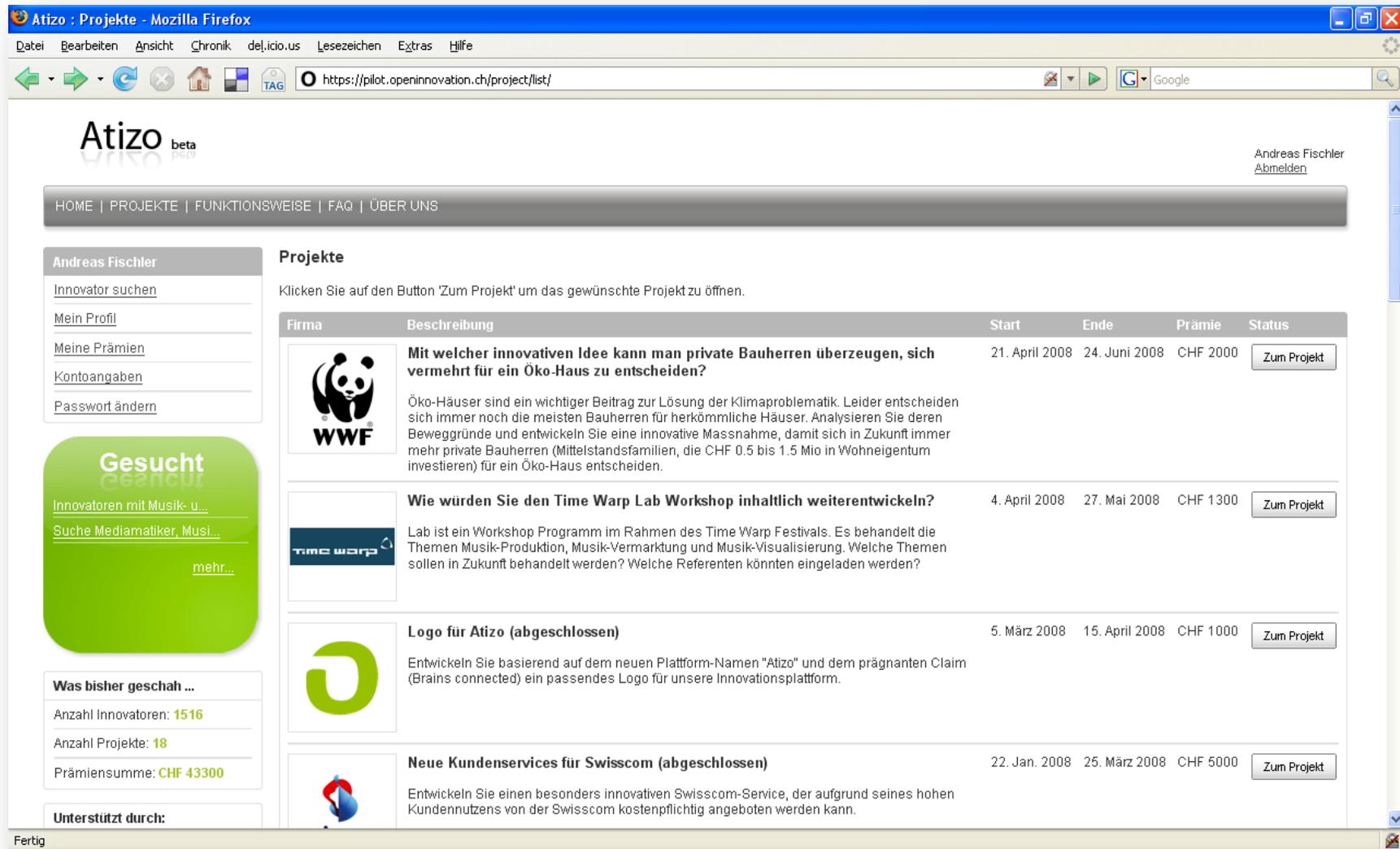
## Warum hat es funktioniert?

- » Nichts ist überzeugender als wenn dein bester Freund dir sagt: „Kauf das“!
- » Offenheit und Ehrlichkeit: Die Leute wirklich teilhaben lassen!
- » Der „What’s in for me?“ Faktor
  - Spass
  - Anerkennung
  - Das Gefühl Teil einer Bewegung zu sein
- » 16‘000 Leute können nur mit Hilfe des Internets gemeinsam an einer Produktentwicklung arbeiten!

## Weitere Beispiele



# openinnovation.ch (atizo)



**Atizo** beta

Andreas Fischler  
Abmelden

HOME | PROJEKTE | FUNKTIONSWEISE | FAQ | ÜBER UNS

**Andreas Fischler**

Innovator suchen  
Mein Profil  
Meine Prämien  
Kontoangaben  
Passwort ändern

**Gesucht**

Innovatoren mit Musik- u...  
Suche Mediamatiker, Musi...  
mehr...

**Was bisher geschah ...**

Anzahl Innovatoren: **1516**  
Anzahl Projekte: **18**  
Prämiensumme: **CHF 43300**

**Unterstützt durch:**

**Projekte**

Klicken Sie auf den Button 'Zum Projekt' um das gewünschte Projekt zu öffnen.

Firma	Beschreibung	Start	Ende	Prämie	Status
	<b>Mit welcher innovativen Idee kann man private Bauherren überzeugen, sich vermehrt für ein Öko-Haus zu entscheiden?</b> Öko-Häuser sind ein wichtiger Beitrag zur Lösung der Klimaproblematik. Leider entscheiden sich immer noch die meisten Bauherren für herkömmliche Häuser. Analysieren Sie deren Beweggründe und entwickeln Sie eine innovative Massnahme, damit sich in Zukunft immer mehr private Bauherren (Mittelstandsfamilien, die CHF 0.5 bis 1.5 Mio in Wohneigentum investieren) für ein Öko-Haus entscheiden.	21. April 2008	24. Juni 2008	CHF 2000	Zum Projekt
	<b>Wie würden Sie den Time Warp Lab Workshop inhaltlich weiterentwickeln?</b> Lab ist ein Workshop Programm im Rahmen des Time Warp Festivals. Es behandelt die Themen Musik-Produktion, Musik-Vermarktung und Musik-Visualisierung. Welche Themen sollen in Zukunft behandelt werden? Welche Referenten könnten eingeladen werden?	4. April 2008	27. Mai 2008	CHF 1300	Zum Projekt
	<b>Logo für Atizo (abgeschlossen)</b> Entwickeln Sie basierend auf dem neuen Plattform-Namen "Atizo" und dem prägnanten Claim (Brains connected) ein passendes Logo für unsere Innovationsplattform.	5. März 2008	15. April 2008	CHF 1000	Zum Projekt
	<b>Neue Kundenservices für Swisscom (abgeschlossen)</b> Entwickeln Sie einen besonders innovativen Swisscom-Service, der aufgrund seines hohen Kundennutzens von der Swisscom kostenpflichtig angeboten werden kann.	22. Jan. 2008	25. März 2008	CHF 5000	Zum Projekt

Fertig

# Ebbsfleet United



MyFootballClub - Own the club and pick the team - Mozilla Firefox

http://www.myfootballclub.co.uk/

**OWN THE CLUB PICK THE TEAM**  
my  
MYFOOTBALLCLUB.CO.UK EST. 2007

**EBBSFLEET UNITED FC**  
We are at Wembley for the FA Trophy Final - 10th May

EBBSFLEET UNITED FOOTBALL CLUB

▶ Home ▶ Join for £35 ▶ Buy as gift for £35 ▶ News ▶ FAQs ▶ Press ▶ How it works

**BUY 12 MONTHS MEMBERSHIP**  
Membership now comes with full 90 min matches for all EUFC games for FREE  
BUY NOW FOR £35 + FREE MATCHES

**BUY MEMBERSHIP AS A GIFT**  
Gift membership now comes with full 90 min matches for all EUFC games for FREE  
BUY NOW FOR £35

DOUBLE CLICK TO WATCH  
Regular Club Features

Member Login:   ENTER

Members news latest Ebbsfleet news latest Our Supporters

[www.myfootballclub.co.uk](http://www.myfootballclub.co.uk)

## Ebbsfleet United

- » Englischer Fussballklub in der 5ten Liga
- » Für 35£ kann man Mitglied werden und online abstimmen über
  - Aufstellung der Mannschaft
  - Transfers
  - Verwendung der Einlagen.
- » Die „Crowd“ ist Trainer, Management und Sportdirektor in einem.
- » Bis heute hat der Club ca. 20'000 Mitglieder gewonnen, was in etwa 1.5Mio Franken entspricht.



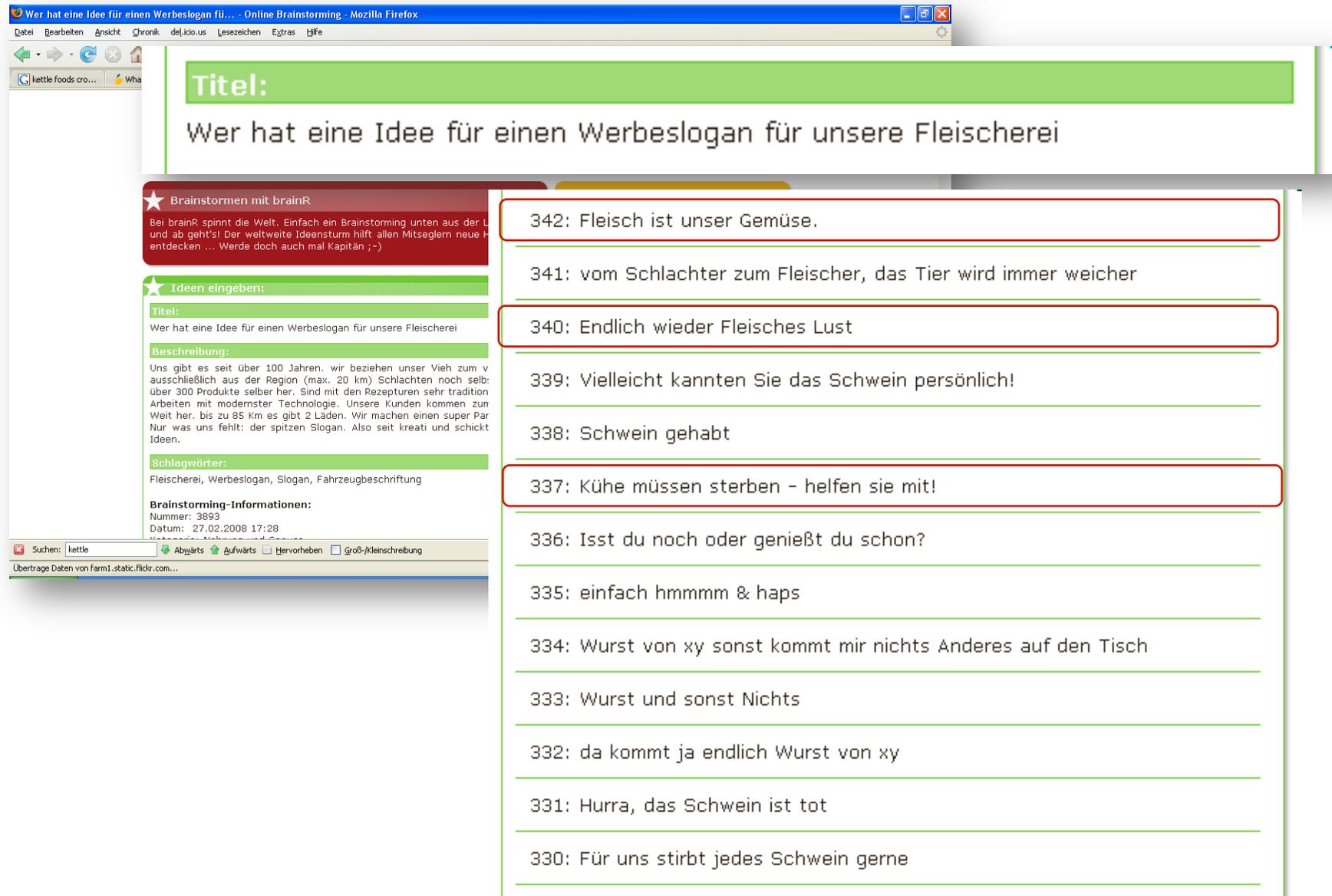
## Kettle Chips

- » Die Firma Kettle Foods lässt die Chips-Gemeinde Vorschläge für neue Chips-Geschmacksrichtungen machen und danach darüber abstimmen.



- » Resultat: „Spicy Thai“ und „Cheddar Beer“ gewinnen und schaffen es ins nationale Sortiment
- » Diese Flavours habens nicht geschafft: Spargel, Kaugummi, Peppermint, Broccoli, etc.... 😊

# brainr.de



Wer hat eine Idee für einen Werbeslogan für... - Online Brainstorming - Mozilla Firefox

Titel:  
Wer hat eine Idee für einen Werbeslogan für unsere Fleischerei

Brainstormen mit brainR  
Bei brainR spinnt die Welt. Einfach ein Brainstorming unten aus der L... und ab geht's! Der weltweite Ideensturm hilft allen Mitseglern neue H... entdecken ... Werde doch auch mal Kapitän ;-)

Ideen eingeben:

Titel:  
Wer hat eine Idee für einen Werbeslogan für unsere Fleischerei

Beschreibung:  
Uns gibt es seit über 100 Jahren. wir beziehen unser Vieh zum v... ausschließlich aus der Region (max. 20 km) Schlachten noch selb... über 300 Produkte selber her. Sind mit den Rezepturen sehr traditi... Arbeiten mit modernster Technologie. Unsere Kunden kommen zur... Weit her. bis zu 85 Km es gibt 2 Läden. Wir machen einen super Par... Nur was uns fehlt: der spitzen Slogan. Also seit kreati und schickt... Ideen.

Schlagwörter:  
Fleischerei, Werbeslogan, Slogan, Fahrzeugbeschriftung

Brainstorming-Informationen:  
Nummer: 3893  
Datum: 27.02.2008 17:28

Suchen: kettle

Übertrage Daten von farm1.static.flickr.com...

342: Fleisch ist unser Gemüse.

341: vom Schlachter zum Fleischer, das Tier wird immer weicher

340: Endlich wieder Fleisches Lust

339: Vielleicht kannten Sie das Schwein persönlich!

338: Schwein gehabt

337: Kühe müssen sterben - helfen sie mit!

336: Isst du noch oder genießt du schon?

335: einfach hmmm & haps

334: Wurst von xy sonst kommt mir nichts Anderes auf den Tisch

333: Wurst und sonst Nichts

332: da kommt ja endlich Wurst von xy

331: Hurra, das Schwein ist tot

330: Für uns stirbt jedes Schwein gerne

## Die 5 Regeln fürs Crowdsourcing

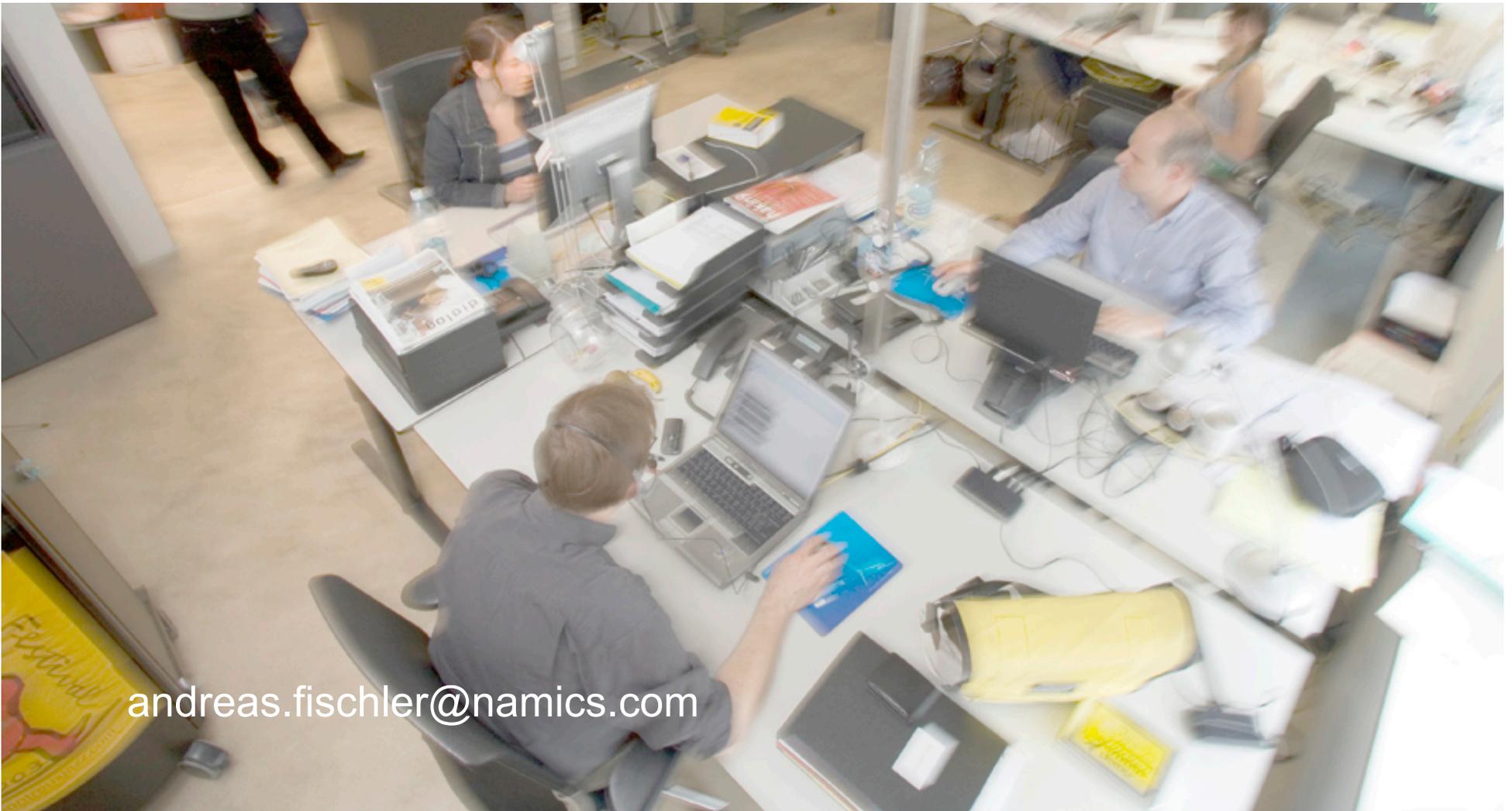
1. Die Aufgabe muss „remote“ erledigt werden können, denn die „Crowd“ ist verteilt über die ganze Welt
2. Die Crowd hat eine kurze Aufmerksamkeits-Spanne: Aufgaben sollten so aufgeteilt sein, dass sie pro Person max. 30 Minuten in Anspruch nehmen.
3. Die Crowd produziert enorm viel Ausschuss: Die grosse Menge an Input verbessert nicht automatisch die Qualität des Inputs! Das Konzept für die **Filterung der wertvollen Inputs** aus der Crowd muss gut durchdacht sein!
4. Die Crowd findet die beste Lösung meistens selbst (wikipedia, amazon, youtube)
5. Nutze die Crowd niemals aus, sei ehrlich und fair. Gib denen Anerkennung und Auszeichnung denen die Ehre gebührt.

## Ich will auch crowdsourcen, was muss ich tun?

1. Überlegen, wofür man Crowdsourcing im eigenen Unternehmen einsetzen könnte
2. Ein Crowdsourcing-Konzept entwickeln, mit besonderem Fokus auf die „Mobilisierungs-Strategie“ und die „Talent-Filterung“
3. Die Instrumente konzipieren, resp. das SocialCommunity-Portal entwickeln.
4. Mit der Crowd in den Dialog treten
5. Resultate und Entscheide publizieren
6. Der Crowd für die Leistung etwas adäquates zurückgeben!



namics hilft Ihnen gerne dabei :-)



[andreas.fischler@namics.com](mailto:andreas.fischler@namics.com)