

INITIALEN

Nina Rubach,

geboren 1991, studiert seit 2012
Buchwissenschaft und Germanistik an
der Johannes Gutenberg-Universität
Mainz. Mit dieser Arbeit erlangte sie den
Bachelor of Arts und führt ihr Studium
seit dem Wintersemester 2015/2016 im
Master fort.

Nina Rubach

Open Innovation
in der Buchbranche

Ein neues Konzept von Innovation
und sein Niederschlag bei Verlagen
und Start-Ups



© 2016 Mainzer Institut für Buchwissenschaft

Gesetzt aus Minion Pro und Myriad Pro
in der Lehrdruckerei des Instituts für Buchwissenschaft
von Elke Hittinger und Hannah Klusmann

Lektorat Angela Dobbstein

Marketing/PR Sheila Mbala-Makumaya

Print ISBN 978-3-945883-33-4

EPUB ISBN 978-3-945883-34-1

PDF ISBN 978-3-945883-35-8

INHALT

1 Einleitung	3
1.1 Forschungsbericht	5
2 Open Innovation – Ein neues Innovationsparadigma	8
2.1 Open Innovation als Instrument des Innovationsmanagements	10
2.2 Verschiedene Ansätze des Open Innovation-Konzepts	13
2.2.1 <i>Inside Out- und Outside In-Prozesse</i>	13
2.2.2 <i>Crowdsourcing und Ideenwettbewerbe</i>	15
2.2.3 <i>Geschäftsmodell-Innovation</i>	17
3 Innovationsmanagement in der Buchbranche – Umbruch und Bedeutung	19
3.1 Methodisches Vorgehen	22
3.2 Expertengespräche – Innovation und Innovativität in der Buchbranche	24
3.3 Open Innovation in traditionellen Verlagsunternehmen	28
3.3.1 <i>Fallbeispiel 1 – Traditionsverlag</i>	29
3.3.2 <i>Fallbeispiel 2 – Bastei Lübbe AG</i>	31
3.3.3 <i>Fallbeispiel 3 – Verlag Friedrich Oetinger</i>	33
3.3.4 <i>Ergebnisanalyse der Verlagsbefragung</i>	35
3.4 Open Innovation in buchbezogenen Start-Ups	37
3.4.1 <i>Fallbeispiel 4 – Log.os</i>	39
3.4.2 <i>Fallbeispiel 5 – PaperC</i>	41
3.4.3 <i>Ergebnisanalyse der Start-Up-Befragung</i>	42
4 Quo vadis Open Innovation? Stand der Open Innovation in der Buchbranche	44
5 Fazit	47
Literaturverzeichnis	50
Forschungsliteratur	50
Quellen	52

