

*Frank T. Piller, RWTH Aachen & MIT Smart Customization Group, M.I.T.*

**Interaktive Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Kunden: Aktuelle Forschung und offene Fragen aus Sicht der Managementforschung**

Kunden sind heute mehr als nur passive Empfänger und Konsumenten einer von Herstellern autonom geleisteten Wertschöpfung. Sie gestalten Produkte oder Dienstleistungen mit und übernehmen teilweise sogar deren Entwicklung und Herstellung. Diese freiwillige Wertschöpfungspartnerschaft führt zu neuen Formen der Arbeitsteilung, der Koordination und Organisation von Innovations- und Produktionsprozessen. Mein Vortrag zeigt die wesentlichen Prinzipien, aber auch Herausforderungen einer solchen interaktiven Wertschöpfung aus Sicht der betriebswirtschaftlichen Forschung (insb. Innovationsmanagement und Marketing). Open Innovation und Produktindividualisierung (Mass Customization) werden dabei als konkrete Umsetzungsformen einer interaktiven Wertschöpfung vorgestellt.